La communication web des services de renseignement

Étude sémio-pragmatique

Arnaud Lelièvre

Février 2018

Thèse présentée en vue de l'obtention du grade de docteur en information et communication

Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication

Université catholique de Louvain

Université catholique de Louvain
Faculté des sciences économiques, sociales, politiques
et de communication
École de communication

Ruelle de la Lanterne Magique, 14
1348 Louvain-la-Neuve
Tél. : 010 / 47 27 97 - Fax : 010 / 47 30 44

Depuis plusieurs années, les services de renseignement tendent, sinon à plus de transparence, à adopter une attitude d'ouverture et d'information envers les citoyens concernant leurs activités. Les premiers sites web de ces organismes sont apparus dès la fin des années '90 et cette pratique s'est fortement répandue dans les années qui ont suivi les attentats du 11 septembre 2001. Quelle(s) image(s) les services de renseignement tendent-ils à promouvoir par le biais de leurs sites internet ? Pour répondre à cette question, cette recherche met en évidence différentes caractéristiques des sites web abordés par le biais d'une grille d'analyse sémio-pragmatique, de manière à dégager les significations potentielles des discours des services étatiques de renseignement sur le Web. Cette recherche postule l'existence, dans ce secteur, d'un modèle récurrent de site internet caractérisé par une structure, une rhétorique et des stratégies similaires.

Arnaud Lelièvre est diplômé d'un baccalauréat en histoire de l'art et archéologie et d'un master en information et communication de l'Université catholique de Louvain (Belgique). Après avoir été responsable web et chargé de communication dans le domaine environnemental, il est chargé de communication dans le secteur public.

ISBN 978-2-87558-657-5

9 782875 586575

i6doc.com
la librairie des documents scientifiques

UCL
Université
catholique
de Louvain

« Ce qui est déshonorant, ce n'est pas de mentir, c'est de se faire prendre en flagrant délit de mensonge. Il y a des maladroits du mensonge : ceux-là on devrait les reléguer dans la vérité et leur interdire d'en sortir »

-Etienne Rey-

© Presses universitaires de Louvain, 2018.
© Diffusion universitaire Ciaco, 2017.
Dépôt légal : D/2018/9964/4
ISBN 978-2-87558-657-5
Imprimé en Belgique
Tous droits de reproduction, d'adaptation ou de traduction, par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays, sauf autorisation de l'éditeur ou de ses ayants droit.

Diffusion : www.i6doc.com, l'édition universitaire en ligne

Sur commande en librairie ou à
Diffusion universitaire CIACO
Grand-Place 7, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique
Tél. 32 10 47 33 78
Fax 32 10 45 73 50
duc@ciaco.com

REMERCIEMENTS

Je remercie mes deux promoteurs de thèse, les professeurs Andrea CATELLANI et Éric DENÉCÉ, pour leurs encouragments, leurs conseils et leur patience tout au long de ces années de thèse. Merci également aux professeurs Thierry LIBAERT, Christian MARCON, Philippe MARION, Philippe SCIEUR et à Guy RAPAILLE qui m'ont fait l'immense honneur de participer au jury de soutenance de cette thèse.

Mes remerciements vont également à tous mes traducteurs qui ont accompli un important travail sans lequel cette recherche n'aurait jamais pu aboutir : Valeriya KONDRATYEVA (russe), Anna KORNYUKHINA (russe et tchèque), Daniela IRAHOLA (espagnol), Christine BERNRATH (allemand), Juan-Carlos MALTEZ (espagnol), Christine BERNRATH (allemand), Romina BRUYNEEL (néerlandais), Andrzej TRYBULOWSKI (polonais), Gaetana DI FRANCESCO (italien) et David FERON (espagnol).

Je remercie aussi Nicolas WUEST-FAMOSE, Vladimir FÉDOROVSKI, Andrei SOLDATOV, Irina BOROGAN, le service de communication du *Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica*, Philippe-Joseph SALAZAR, le Directeur adjoint du SRE, les fonctionnaires anonymes du SGRS et le service de communication de la Sûreté de l'État d'avoir accepté de répondre à mes questions.

J'exprime aussi toute ma gratitude à toutes les personnes qui m'ont aidé par leurs suggestions ou par les discussions que j'ai pu avoir avec eux : Patrick LEROY, Thierry WELLHOFF, Axelle FLORINS, David STANS, Coline FERRO, Pierre DE SAINT-GEORGES, François-Xavier HEYNEN et Jean-Yves STORME. Je remercie très particulièrement mes relecteurs : Vivian JANSSEN et David LORAND.

Merci au GERER, au BISC, au LASCO et au CF2R.

Enfin, je remercie tous ceux qui m'ont soutenu dans les moments les plus difficiles de cette recherche : mes parents, mon frère, Manon THIRY, Didier LENFANT, Pierre NELIS et Isaline LALOIRE.

TABLE DES MATIÈRES

Glossaire 11
Introduction 15
Première partie : Cadre théorique et méthodologie 21
1.1. Problématique 23
1.2. Posture épistémologique 26
1.3. Communication organisationnelle et communication web 30
1.3.1. Communication organisationnelle et communication institutionnelle 30
1.3.2. Internet et le Web 34
1.3.3. Ergonomie et écriture web 36
1.3.4. Caractéristiques médiatiques 40
1.4. L'analyse sémio-pragmatique 45
1.4.1. Sémiotique ou sémiologie ? 45
1.4.2. Signe, signifiant et signifié 47
1.4.3. Réception et contexte 49
1.5. Méthode d'analyse des sites web 51
1.5.1. Grille sémio-pragmatique 51
1.5.1.1. Aspects discursifs 52
1.5.1.2. Valeurs, vision du monde et mondes possibles 56
1.5.1.3. Aspects iconiques et identité visuelle 59
1.5.1.4. Interactivité et multimédiatisation 61
1.5.2. Analyse de contenu 62
1.5.3. Entretiens exploratoires 64
Deuxième partie : Cadre contextuel 67
2.1. Renseignement, secret et espionnage 73
2.1.1. Service de renseignement ou service secret ? 77
2.1.2. Historique 84
2.1.2.1. De l'Antiquité aux Temps Modernes 85
2.1.2.2. Les guerres mondiales 88
2.1.2.3. La guerre froide 92
2.1.2.4. De la fin de la guerre froide à nos jours 93
2.1.3. Du renseignement et du secret 98
2.1.4. Cadre légal 102

2.1.5. Culture du renseignement....104
2.2. Services de renseignement et communication....109
2.2.1. Une communication publique ?....112
2.2.2. Secret et transparence....115
2.2.3. Terrorisme et autres menaces....119
2.2.4. Une communication consensuelle ?....128
2.2.5. Une imagerie fictionnelle et mythique ?....130
2.2.6. Communication ou propagande ?....133
2.2.7. Les parties prenantes....139
2.2.8. Temporalité de la communication....141
2.2.9. Stratégies et dimensions de la communication....145
2.2.10. Éthique et valeurs....147
Troisième partie : Partie empirique....153
3.1. Problématique....155
3.2. Délimitation du corpus....156
3.2.1. Remarques concernant des services qui ne disposent pas de site web....171
3.2.1.1. Belgique....173
• VSSE....174
• SGRS....177
3.2.1.2. Chine....178
• MSS....179
3.3. Analyse des sites web....180
3.3.1. Exemple d'analyse détaillée : le site de la CIA....188
3.3.2. Aspects discursifs....202
3.3.2.1. Thématiques....202
3.3.2.2. Énonciation....206
3.3.2.3. Destinataire....209
3.3.2.4. Destinateur....216
3.3.2.5. Buts....217
3.3.3. Valeurs, vision du monde et mondes possibles....224
3.3.3.1. Mondes possibles....229
3.3.3.2. Représentation du conflit dans le discours....234
3.3.3.3. Limites de la communication....237
3.3.4. Aspects iconiques et identité visuelle....239

3.3.4.1. Logotypes 239
3.3.4.2. Signatures institutionnelles 246
3.3.4.3. Photos et illustrations 247
3.3.4.4. Couleurs 253
3.3.4.5. Rapports texte-image 253
3.3.5. Interactivité et multimédiatisation 256
3.3.5.1. Contenus interactifs 256
3.3.5.2. Réseaux sociaux 257
3.3.6. Stratégie 261
3.3.6.1. Parties prenantes 261
3.3.6.2. Stratégies mises en oeuvre 263
Quatrième partie : Enseignements 269
4.1. Objectifs et enjeux de la recherche 271
4.2. Interprétation des résultats de la recherche 272
4.3. Limites de la recherche 284
4.4. Apports de la recherche 285
Conclusion générale 287
6. Bibliographie 297
6.1. Communication 299
6.1.1. Ouvrages 299
6.1.2. Articles scientifiques 303
6.1.3. Thèses et mémoires 308
6.1.4. Sources électroniques 308
6.1.5. Notes de cours 308
6.2. Renseignement 308
6.2.1. Ouvrages 309
6.2.2. Articles scientifiques 311
6.2.3. Publications institutionnelles 312
6.2.4. Articles de presse 313
6.2.5. Sources électroniques 315
6.2.6. Rapports de recherche 315
6.2.7. Interviews 315
6.3. Sciences politiques 316
6.3.1. Ouvrages 316

6.3.2. Articles scientifiques 317
6.3.3. Thèses et mémoires 318
6.3.4. Publications institutionnelles 319
6.3.5. Articles de presse 319
6.3.6. Rapports de recherche 320
6.4. Histoire de l'art et archéologie 320
6.4.1. Catalogue d'exposition 320
7. Table des illustrations 321
8. Annexes 325
8.1. Entretien avec SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), Journalistes d'investigation et experts en services de sécurité russes, 17 février 2013 330
8.2. Entretien avec FEDOROVSKI (V.), Écrivain et ancien diplomate russe, 24 février 2013 341
8.3. Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la Direction Générale de la Sécurité Extérieure (France) depuis juin 2010 et ancien officier traitant et analyste, 19 février 2014 345
8.4. Entretien avec le Directeur adjoint du Service de Renseignement de l'État du Luxembourg, 23 avril 2014 351
8.5. Entretien avec différents fonctionnaires du Service Général de Renseignement et de Sécurité (Belgique), 30 juillet 2014 357
8.6. Entretien avec RAPAILLE (G.), Président du Comité permanent de Contrôle des services de renseignement et de sécurité (Belgique), 27 mars 2015 367
8.7. Entretien avec le *Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica* (Italie), service Comunicazione istituzionale, 27 juin 2014 382
8.8. Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016 393
8.9. Grille d'analyse 408
8.9.1. Aspects discursifs 408
8.9.2. Valeurs et vision du monde, aspects iconiques et identité visuelle 441
8.9.3. Articulation texte-image, interactivité et multimédiatisation 483
8.10. Corpus 491
8.10.1. Europe 491
8.10.1.1. Royaume-Uni 492
- GCHQ 492
- SIS/MI6 495
8.10.1.2. Pologne 502
- ABW 502

8.10.1.3. Pays-Bas 504
- AIVD 504
8.10.1.4. Allemagne 506
- BND 506
- BfV 508
8.10.1.5. France 510
- DGSE 510
8.10.1.6. Italie 513
- AISE & AISI 513
8.10.1.7. Espagne 515
- CNI 515
8.10.1.8. Biélorussie 516
- KGB 516
8.10.1.9. Turquie 519
- MIT 519
8.10.1.10. République tchèque 524
- BIS 524
- UZSI 526
8.10.1.11. Ukraine 529
- SZRU 529
8.10.2. Amérique du Nord et Amérique centrale 531
8.10.2.1. États-Unis 531
- NSA 531
- CIA 534
- USIC 537
8.10.2.2. Mexique 541
- CISEN 541
8.10.2.3. Canada 543
- SCRS/SCIS 543
8.10.3. Amérique du Sud 545
8.10.3.1. Brésil 545
- ABIN 545
8.10.3.2. Pérou 549

- DINI 549

8.10.4. Afrique 551

8.10.4.1. Nigéria 551

- NIA 551

8.10.4.2. Afrique du Sud 551

- SSA 552

8.10.5. Asie et Moyen-Orient 554

8.10.5.1. Jordanie 554

- GID 554

8.10.5.2. Indonésie 557

- BIN 557

8.10.5.3. Israël 559

- Mossad 559
- Shabak 563

8.10.5.4. Russie 565

- FSB 565
- SVR 567

8.10.5.5. Corée du Sud 568

- NIS 568

8.10.6. Océanie 571

8.10.6.1. Australie 571

- ASIS 571

GLOSSAIRE

ABIN : Agence brésilienne de renseignement - *Agência Brasileira de Inteligência*.

ABW : Agence de Sécurité intérieure (Pologne) - *Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego*.

AISE : Agence d'information et de sécurité extérieure (Italie) - *Agenzia informazioni e sicurezza esterna*.

AISI : Agence d'information et de sécurité intérieure (Italie) - *Agenzia informazioni e sicurezza interna*.

AIVD : Service Général de Renseignement et de Sécurité (Pays-Bas) - *Algemene Inlichtingen- en Veiligheidsdienst*.

ASIS : Service de renseignement secret australien - *Australian Secret Intelligence Service*.

BfV : Office fédéral de protection de la constitution (Allemagne) - *Bundesamt für Verfassungsschutz*.

BIN : Agence de renseignement de l'État (Indonésie) - *Badan Intelijen Negara*.

BIS : Service de sécurité et de renseignement (République tchèque) - *Bezpečnostní Informační Služba*.

BND : Service fédéral de renseignement (Allemagne) – *Bundesnachrichtendienst*.

CIA : Agence centrale de renseignement (USA) - *Central Intelligence Agency*.

CISEN : Centre de Recherche et de Sécurité Nationale (Mexique) - *Centro de Investigación y Seguridad Nacional*.

CNI : Centre national de renseignement (Espagne) - *Centro Nacional de Inteligencia*.

Destinataire : Le destinataire est l'instance qui reçoit le message.

Destinateur : Le destinateur est l'instance qui émet un message.

DGSE : Direction Générale de la Sécurité Extérieure (France).

DINI : Direction nationale des services de renseignement (Pérou) - *Dirección Nacional de Inteligencia.*

Enigma : Machine de chiffrement inventée en 1919. Elle est employée par différents corps de l'armée allemande pendant la seconde guerre mondiale. Enigma permettait notamment de sécuriser les transmissions relatives aux U-Boat, les sous-marins allemands. Les cryptoanalystes britanniques de *Bletchley Park* conférèrent aux alliés un avantage stratégique considérable en déchiffrant les messages Enigma dès 1942.

Flat-design : Design d'interface minimaliste caractérisé par l'emploi d'aplats de couleurs vives et de formes simples.

FSB : Service fédéral de sécurité de la Fédération de Russie - *Федеральная служба безопасности Российской Федерации*.

GCHQ : Quartier général des communications du gouvernement (Royaume-Uni) - *Government Communications HeadQuarters*.

GID : Direction générale du renseignement (Jordanie) - دائ رة الـ مخاب رات الـ عامة.

HUMINT : HUman INTelligence. Désigne le renseignement d'origine humaine.

IMINT : IMagery INTelligence. Désigne le renseignement d'origine image (photographie aérienne, imagerie satellite, etc.).

KGB : Comité pour la Sécurité de l'État - *Комитет государственной безопасности*. Service de renseignement et de sécurité soviétique entre 1954 et 1991.

KGB (Biélorussie) : Comité de la sécurité d'État de la République de Biélorussie - *Камітэт дзяржаўнай бяспекі Рэспублікі Беларусь*.

Low poly : En infographie, ce terme désigne un maillage polygonal composé d'un faible nombre de figures. Par extension, le terme désigne des représentations graphiques basées sur un découpage polygonal très visible.

MIT : Organisation du renseignement national (Turquie) - *Millî İstihbarat Teşkilatı*.

Mossad : Institut pour les renseignements et les affaires spéciales (Israel) - המוסד למודיעין ולתפקידים מיוחדים.

NIA : Agence nationale de renseignement (Nigéria) - National Intelligence Agency.

NKVD : Commissariat du peuple aux Affaires intérieures - *Народный комиссариат внутренних дел*. Police politique soviétique entre 1934 et 1956.

Need to know : Principe qui autorise l'accès à l'information classifiée uniquement aux personnes qui ont une habilitation de sécurité suffisante et la nécessité de connaître ces informations classifiées dans le cadre de leur fonction.

NIS : Service de renseignements national (Corée du Sud) - 대한민국 국가정보원.

NSA : Agence nationale de sécurité (USA) - *National Security Agency*.

SCRS : Service canadien du renseignement de sécurité - *Canadian Security Intelligence Service*.

SEO (*Search Engine Optimization*) : Désigne l'optimisation pour les moteurs de recherche. Ensemble de méthodes destinées à améliorer la visibilité d'un contenu sur un moteur de recherche.

SGRS : Service général du renseignement et de la sécurité (Belgique).

SHABAK (ISA) : Service de sécurité intérieure israélien - שירות הביטחון הכללי. Service également connu sous son appellation anglaise : *Israel Security Agency*.

SIGINT : SIGnals INTelligence. Désigne le renseignement d'origine électromagnétique.

SIS/MI6 : Service de renseignement secret/Renseignement militaire, section 6 (Royaume-Uni) - *Secret Intelligence Service/Military Intelligence, section 6*.

SOCMINT : SOCial Media INTelligence. Désigne le renseignement collecté via les médias sociaux.

SR-71 : Le SR-71 Blackbird est un avion espion conçu par Lockheed (USA). Cet appareil est employé entre 1968 et 1990 comme appareil espion à grand rayon d'action. Il est produit en peu d'exemplaires et son coût unitaire est de 2,2 milliards de dollars US. Cet aéronef était capable de voler à 25.908 mètres d'altitude, à une vitesse maximale d'environ Mach 3,3.

SSA : Agence pour la sécurité de l'État (Afrique du Sud) - *State Security Agency*.

SVR : Service des renseignements extérieurs de la Fédération de Russie - *Служба внешней разведки Российской Федерации*.

SZRU : Service de renseignement extérieur de l'Ukraine - *Служба зовнішньої розвідки України*.

Tchéka : La ЧК est la police politique soviétique, créée le 20 décembre 1917. Elle est rebaptisée GPU (*Государственное политическое управление* - Direction Politique d'État) en 1922.

U-2 : Le Lockheed (USA) U-2 est un avion de reconnaissance mis en service en 1957. Il a servi à espionner l'URSS pendant la guerre froide. Son coût unitaire est d'environ 35 millions de dollars US. Ses performances sont une vitesse de Mach 0,65 pour un plafond de 21.336 mètres.

USIC : Communauté du renseignement des États-Unis - *United States Intelligence Community*.

UZSI : Bureau pour les relations extérieures et l'information (République tchèque) - *Úřad pro zahraniční styky a informace*.

VSSE : *Veiligheid van de Staat* - Sûreté de l'État (Belgique).

INTRODUCTION

L'évolution de la nature des conflits au XXI^e siècle et l'atténuation de la délimitation entre temps de paix et temps de guerre conduisent à ne pas seulement se limiter à contrer une menace adverse. Dans ce contexte, « il faut *gagner les esprits et les cœurs* de la population locale en informant les responsables locaux des réalisations utiles et des actions de développement efficaces réalisées à leur profit, et contribuer ainsi à marginaliser les insurgés, et *in fine* à améliorer la situation sécuritaire »[1]. Cette logique qui semble appropriée à des zones de conflit est tout à fait adaptée au contexte que connaissent les organismes impliqués dans la lutte contre le terrorisme, contre la prolifération d'armes de destruction massive ou contre les menaces diverses qui visent les intérêts des États : les services de renseignement.

C'est ainsi que, les services de renseignement des États démocratiques ont déployé de nouveaux moyens pour tenir les citoyens informés du cadre de leurs activités, dans les limites des dispositions prévues dans leurs pays respectifs quant à la classification de certaines informations jugées sensibles. Il est donc possible d'affirmer que « les services de renseignement et de sécurité ont […] été contraints de communiquer. Pour répondre à l'attente des citoyens et des élus, mais aussi, et peut-être surtout, pour susciter une considération flatteuse à leur égard. Cela peut paraître paradoxal pour un service de renseignement de communiquer »[2]. La majorité de ces organismes a donc mis en ligne un site internet proposant aux internautes de découvrir de façon générale leurs activités. Ce phénomène semble s'être accéléré depuis les attentats du 11 septembre 2001 et de Madrid en 2004.[3]

Soumis à une forte pression médiatique à l'occasion de certaines affaires faisant scandale et parfois remis en cause dans leur utilité, ces organes étatiques sont amenés à se justifier devant leurs décideurs politiques ou devant les journalistes et citoyens inquiets des méthodes employées. Cependant, ce phénomène n'est pas neuf. En effet, certains organismes, à l'instar de la CIA, ont été sommés de rendre des comptes à la société civile à l'occasion de certaines affaires rendues

[1] BEAU (Fr.), *Culture du renseignement et théories de la connaissance*, dans *Revue internationale d'intelligence économique*, 2010/1, vol. 2, Lavoisier, 2010, p. 164.
[2] Ferro (C.), La communication des services de sécurité et de renseignement néerlandais, dans DENÉCÉ (E.), sous la dir. de, *Renseignement, médias et démocratie*, Paris, Ellipses, 2009, p. 131
[3] *Loc. cit.*

publiques par la presse et ce depuis la Guerre froide : le *Watergate*, le dossier surnommé les *family jewels*, ou encore l'enquête relative aux *Black Sites* en sont autant d'exemples. La nouveauté du phénomène étudié, à savoir la communication web des services de renseignement, repose donc davantage sur la technologie utilisée et sur la démarche proactive en termes de communication initiée par une part importante des services de renseignement.

Dans ce domaine académique appelé « études du renseignement », la recherche « s'est développée selon une approche le plus souvent historique, qui s'intéresse aux objectifs et au fonctionnement institutionnel, du renseignement diplomatique, militaire ou policier au cours du temps »[4] et beaucoup plus rarement autour de questionnements communicationnels. L'école anglo-saxonne est très en avance en ce qui concerne la réflexion théorique autour de ce secteur particulier, mais il existe malheureusement une « absence d'intérêt du chercheur pour le renseignement dans le cadre d'une théorie générale de l'information »[5].

En langue anglaise, il est possible de trouver de nombreux articles qui touchent à la problématique de l'ouverture des services de renseignement à la société civile.[6] Il est toutefois utile de rappeler que les recherches, du moins en langue française, sur la communication dans le secteur du renseignement étaient pratiquement inexistantes à l'exception notable d'un ouvrage du CF2R[7] et de la thèse de Coline FERRO[8]. Ce n'est que récemment qu'un ouvrage scientifique dédié à la communication du renseignement a été édité[9]. Depuis les débuts de cette thèse, la Belgique et la France ont malheureusement connu plusieurs attentats, ce qui a eu pour effet de placer les services de renseignement et de sécurité de ces deux pays en pleine lumière médiatique, comme cela avait été le cas avec les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis. L'efficacité des services est donc

[4] BEAU (Fr.), *op. cit.*, p. 170.
[5] *Ibid.*, p. 171.
[6] Par exemple, HEDLEY (J. H.), *The CIA'S new openness*, dans *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, Volume 7, [s.l.], 1994 ou MAGEN (C.) et GILBOA (E.), *Communicating From Within the Shadows: The Israel Security Agency and the Media*, dans *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, Volume 27, [s.l.], 2014.
[7] DENÉCÉ (E.), sous la dir. de, *Renseignement, médias et démocratie*, Paris, Ellipses, 2009.
[8] FERRO (C.), *L'image des services de renseignement et de sécurité. France, Royaume-Uni, Allemagne et Belgique*, thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de BARRAT (J.), Paris, Université Panthéon-Assas Paris II, 2012.
[9] *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

remise en question et nombre d'auteurs, de spécialistes ou soi-disant spécialistes, de journalistes, politiciens, magistrats, fonctionnaires, anciens membres des services s'expriment sur le sujet.

Parfois, le manque de communication du service est considéré comme menant à l'entrave de la recherche sur le sujet : « le renseignement, contraint au silence d'une bureaucratie cultivant exagérément le cloisonnement du *secret défense*, n'a pas bénéficié de cette fertilisation universitaire qui existe par ailleurs, notamment aux États-Unis, à travers ce qu'on a coutume d'appeler les études sur le renseignement (intelligence studies) »[10]. Il semble que le décloisonnement de cette discipline, en partie imposé par l'actualité récente, permet d'envisager le développement d'études sur le sujet. Il est dès lors intéressant de se poser la question de savoir si les sites internet des services permet de faciliter ce développement ou non et ce dans quelle mesure.

La question à laquelle cette thèse projette de répondre est : « Quelle image les services de renseignement tendent-ils à promouvoir par le biais de leurs sites internet ? » Cette question de recherche est accompagnée d'une série d'axes exploratoires destinés à guider l'analyse et à questionner le corpus analysé. Ces axes, construits à partir de discussions informelles avec différents spécialistes du monde du renseignement, sont les suivants : la communication web des services participe à la culture du renseignement, sert à se justifier de façon légale, s'articule autour de clichés et n'est qu'une sorte de « propagande », et participe d'une stratégie de recrutement. La thèse qui est défendue dans la présente recherche est qu'il existe un modèle récurrent de sites internet dans ce secteur et que la majorité des institutions étatiques de renseignement se conforment à une structure, des stratégies et une rhétorique similaires sur ces sites.

Pour ce faire, cette recherche propose quatre parties principales qui sont traversées par un questionnement relatif à la compréhension de l'émergence d'une communication émanant d'institutions traditionnellement considérées comme fermées qui doivent cohabiter avec « le monde ouvert de nos sociétés, obsédées par la transparence, l'information, la vitesse, la publicité »[11].

[10] BULINGE (F.) et MOINET (N.), *Introduction*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p.16.
[11] WOLTON (D.), *Avant-propos*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p.11.

La première partie présente le cadre théorique et méthodologique et vise à poser la problématique et les questionnements y afférents, tout en replaçant cette recherche dans un cadre sémiologique. Les concepts de communication organisationnelle et ceux relatifs aux caractéristiques médiatiques du Web y sont explicités. La méthode - une analyse pragmatique - est développée dans cette partie pour pouvoir préparer l'analyse détaillée dans la troisième partie de ce document. Ensuite, les méthodes complémentaires utilisées dans l'étude du corpus, c'est-à-dire l'analyse de contenu et les entretiens exploratoires, sont explicitées.

Dans la deuxième partie, la recherche s'attache à présenter le cadre contextuel global dans lequel évoluent les institutions étudiées. Les services de renseignement y font l'objet d'une explication, tant pour ce qui concerne leur domaine d'activité que pour leur héritage historique, leur cadre légal et la culture du renseignement. Ensuite, différents aspects relatifs à la communication de ces organisations sont détaillés de manière à pouvoir les aborder dans la partie consacrée à l'analyse proprement dite. Ces aspects concernent le secret, la transparence, les menaces auxquelles le service doit faire face, le consensualisme du discours, la notion de propagande, l'impact de la fiction sur l'image des services, les parties prenantes, la temporalité de la communication et les critères qui la régissent, les stratégies de communication mises en œuvre et, enfin, la place de l'éthique et des valeurs dans la rhétorique des institutions.

La troisième partie de cette thèse constitue la partie empirique et commence par un rappel de la problématique des questions de recherche, présente la délimitation du corpus étudié et envisage l'analyse des sites web suivant les différentes caractéristiques mises en évidence par la grille d'analyse sémio-pragmatique développée dans la partie méthodologique.

Enfin, la quatrième et dernière partie de cette recherche est consacrée à la conclusion qui revient sur les objectifs et enjeux de la recherche, avant de proposer une interprétation des résultats dégagés par l'analyse menée par le biais de l'étude sémio-pragmatique et des méthodologies complémentaires. Ensuite, les limites de la recherche sont relevées avant de dégager les apports principaux de la présente thèse et de clôturer sur une brève conclusion générale.

PREMIÈRE PARTIE : CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIE

Lignes directrices générales

Dans cette partie, la thèse expose la problématique envisagée et les questionnements y afférents. Elle présente les champs de la communication organisationnelle et les caractéristiques du Web dans lesquels s'inscrivent les différents sites étudiés dans la partie consacrée à l'analyse du corpus. La méthodologie envisagée y est développée et consiste en une grille d'analyse sémio-pragmatique complétée par une analyse de contenus et différents entretiens exploratoires.

1.1. Problématique

Au commencement de cette thèse, la question de recherche consistait à savoir si « la communication des services de renseignement sur Internet est une réplique à la demande d'information émanant des citoyens et à la démultiplication des canaux de communication » ? Suite à une série d'entretiens exploratoires, au regard de la méthodologie choisie et suite aux premières analyses du corpus, il est devenu évident qu'apporter une réponse à cette question serait complexe. Les entretiens menés au cours de cette thèse ont remis en cause la possibilité de répondre à cette problématique puisque des raisons diverses sont invoquées et, pour certains services, la raison de la création d'un site internet peut être une décision politique ou une simple obligation légale. Le détour qu'il fallait envisager pour relier ces causes à la demande du citoyen éloignait considérablement la recherche du champ envisagé au départ.

Ainsi, il a été décidé de reformuler les hypothèses et d'élaborer une problématique plus en adéquation avec les questionnements de départ et la méthode utilisée. Le questionnement initial consistait à se demander pourquoi des services qui devraient être « secrets » communiquent-ils sur Internet ? La réponse est la suivante : ces services cherchent à promouvoir une certaine image. La problématique centrale est donc désormais la suivante : « quelle image les services de renseignement tendent-ils à promouvoir par le biais de leurs sites internet ? ». À travers l'analyse des sites web, il est possible de cerner quel « monde possible » est construit, avec quels axes,

quelles valeurs, quels protagonistes, etc. Mais aussi quels sont les liens que le destinateur entretien avec le monde, l'histoire, ou encore le pouvoir politique.

La question de recherche suppose de s'interroger sur la définition de l'« image », celle de « service de renseignement », celle de « promotion » (et donc sur celle d'argumentation) et de « site web ». Le fait que ces organismes « tendent » à promouvoir une image permet d'insister sur le fait qu'il existe différents types d'images : image voulue, image diffusée et image perçue. C'est sur l'image diffusée que porte l'analyse développée dans la deuxième partie de la présente thèse. La méthode sémio-pragmatique permet, par l'analyse du discours des organismes de renseignement, d'établir quelles en sont les significations actuelles ou, le cas échéant, les significations potentielles.[12] Il est évident que par sa réalité polysémique, la communication web, ne saurait cependant être réduite à une communication linéaire, et il faut donc en tenir compte.

Différentes représentations *a priori*, construites à partir de discussions informelles avec différents spécialistes du monde du renseignement, servent d'axes de recherche à explorer au cours de l'analyse. Ces représentations sont des assemblages hétéroclites de préjugés, connaissances et suppositions faits quant à l'usage de sites web par des organismes de renseignement. Ces *a priori* que cette recherche a conservés afin des les confronter avec les résultats de l'analyse sont les suivants : la communication web des services participe à la culture du renseignement, sert à se justifier de façon légale, participe d'une stratégie de recrutement, s'articule autour de clichés et n'est qu'une sorte de « propagande ». La terminologie utilisée est explicitée dans la partie consacrée au cadre contextuel. Ces différentes représentations seront confrontées aux résultats de l'analyse.

Une apparente antinomie résultant de l'opposition entre secret et transparence semblait intéressante du point de vue de la problématique. Cependant, cette opposition semble dépassée, comme cela sera expliqué par la suite. Aussi, parler d'idéal de transparence ou de « politique d'ouverture » apparaît d'emblée comme étant plus réaliste.

[12] KLINKENBERG (J.-M.), *Précis de sémiotique générale*, Paris, Éditions du Seuil, 2000, p.81-85.

La résolution de cette opposition traditionnelle entre secret et transparence trouve une explication dans le fait que la communication des services de renseignement a notamment comme objectif de faire comprendre les motifs, opposables par exception, qui légitiment le secret des activités et de certaines informations. Bien que le secret existe aussi dans le domaine commercial, économique ou scientifique, la différence dans le cas des questions de renseignement ou de défense réside essentiellement dans le degré de risque et les implications que peut avoir la diffusion de certaines informations sur la sécurité de l'État et de ses citoyens. C'est cette justification, et surtout son acceptation par le public, comme le montrent les affaires récentes liées à la divulgation d'informations secrètes par *Wikileaks* et Edward SNOWDEN, qui n'est pas toujours aisée. Ainsi, parler de la transparence voulue de l'appareil étatique renvoie immanquablement au risque d'une dérive vers la transparence totale de la société. Si le citoyen revendique légitimement d'être informé des actions menées, en son nom, par l'État et ses institutions, l'idée d'être l'objet d'une surveillance potentielle entreprise par certains services de renseignement scandalise.

Enfin, cette thèse mettra en évidence les différents axes stratégiques, utilisés par les organisations étudiées, dans leur communication. C'est-à-dire la reconstruction faite à partir de l'analyse du site de l'identification d'un modèle récurrent du site, d'une part, et la tentative de reconstruire les stratégies qui animent le site, d'autre part. En effet, il sera toujours fait une distinction entre image voulue et image diffusée, ou entre intention et signes.

L'analyse s'attachera à prouver qu'il existe un modèle récurrent de site internet dans ce secteur et que la majorité des institutions étatiques de renseignement se conforment à une structure, des stratégies et une rhétorique similaires.

1.2. Posture épistémologique

« Il me semble que plus vous vous enfoncez à l'est, plus les trains méprisent les horraires. »
-Bram Stocker[13]*-*

Le choix de la posture épistémologique constitue une étape d'importance dont le problème est « moins de retenir une posture que de savoir qu'on en a automatiquement une, et que la lecture que l'on fait de quoi que ce soit est fonction de la posture épistémologique adoptée »[14]. Un ensemble de modèles lui sont associés, ainsi qu'une « vision du monde et une certaine efficacité d'action sur les objets ou sur les hommes »[15]. Celle qui est envisagée ici se réfère explicitement à l'appareil méthodologique utilisé, à savoir une analyse de type sémio-pragmatique mise en relation avec des entretiens exploratoires. Partant de la réintroduction de la problématique du sujet interprétant, à travers la dimension pragmatique de la méthode, afin de remonter de la forme à la signification transmise par le biais du discours, il apparaît que le positionnement de départ pourrait être qualifié à la fois de constructiviste et de poststructuraliste.

L'approche constructiviste de cette recherche ne repose pas seulement sur l'idée que la communication « ne constitue pas un donné indépendant de l'intervention humaine et qu'elle est, au contraire, socialement constituée »[16] puisque cette assertion relève de la tautologie et que l'idée de construction en communication est résolument admise. En réalité, le constructivisme, courant de pensée fortement influencé par Emmanuel KANT et Georg Wilhelm Friedrich HEGEL, suppose de s'intéresser à l'analyse du rapport qui existe entre représentation et objet, et affirme qu'il est seulement possible de « connaître […] les objets que l'on « construit » ».[17] Cette approche renvoie donc à l'idée selon laquelle « le réel connaissable est […] celui que le sujet expérimente. […] Le

[13] STOCKER (B.), *Œuvres*, Paris, Omnibus, 2004, p. 422.
[14] FONDIN (H.), *La science de l'information : posture épistémologique et spécificité disciplinaire*, dans *Documentaliste-Sciences de l'Information*, vol. 38 n°2, ADBS, [En ligne], 2001, p. 121.
[15] *Ibid*., p. 120.
[16] GAUTHIER (G.), *Critique du constructivisme en communication*, dans *Questions de communication*, n°3, 2003, p. 188.
[17] ROCKMORE (T.), *Hegel et le constructivisme épistémologique*, dans *Revue de métaphysique et de morale*, n°53, Paris, Presses Universitaires de France, 2007, p. 105-106.

sujet ne connaît pas de « choses en soi » (hypothèse ontologique) mais il connaît l'acte par lequel il perçoit l'interaction entre les choses »[18]. En effet, « ^pour un constructiviste, les couleurs et les sons, de même que les lois de la gravitation, les atomes, les différences entre l'homme et les autres animaux, la mort, le quotient intellectuel, les saules pleureurs, l'empereur Charles Quint ou les petits pots pour bébés sont autant d'entités qui relèvent d'une construction sociale »[19]. Étant donné que la méthodologie utilisée dans cette recherche, la méthode sémio-pragmatique, suppose de s'intéresser à l'acte communicationnel en tant que phénomène basé sur l'interprétation de signes et du sens, il est manifeste que cette approche s'inscrit dans ce courant épistémologique. Cette approche épistémologique envisage « la connaissance [comme] émergeant d'un processus social, donc historique, au travers duquel nous construisons des cadres conceptuels successifs afin de comprendre des objets cognitifs construits eux aussi dans ce même processus »[20]. La deuxième partie de cette thèse mettra en évidence un certain nombre d'éléments qui permettent de comprendre comment les processus historiques et sociaux ont participé à façonner la perception des services de renseignement à l'époque actuelle. Par cette posture épistémologique, il nous est donc loisible d'envisager « connaître […] les objets que nous construisons, qui ne sont donc pas indépendants de nous »[21].

Le positionnement épistémologique de cette thèse à propos du constructivisme consiste à dire que s'il est vrai que la connaissance relève de constructions sociales, elle ne relève pas uniquement de ce type de constructions et il n'est pas exclut d'évoquer l'existence d'une extériorité au monde social.[22] Par ailleurs, cette recherche reconnaît qu'elle est elle-même une construction de la réalité à partir des données et documents utilisés.[23]

[18] LE MOIGNE (J.-L.), *Les épistémologies constructivistes*, Paris, Presses Universitaires de France, 2007, coll. « Que sais-je? », p. 75-76.
[19] LEMIEUX (C.), *Peut-on ne pas être constructiviste ?*, dans *Politix*, n°100, 2012, p. 172.
[20] ROCKMORE (T.), art. cit., p. 112.
[21] *Ibid.*, p. 107.
[22] LEMIEUX (C.), art. cit., p. 174.
[23] *Ibid.*, p. 176.

Le poststructuralisme est parfois décrit comme un simple courant en réaction au structuralisme[24], ce qui est en partie vrai mais réducteur puisqu'il consiste « à théoriser quelques problèmes accompagnant l'avènement de la postmodernité, comme celui de la « crise de la représentation » (aux deux sens esthétique et politique), la critique de la pensée essentialiste et totalisante (ce que les américains qualifient souvent de « moderniste ») ou encore le décentrement du sujet »[25]. Ce prisme théorique permet de réintroduire au sein de l'analyse la production de sens par l'individu interprétant et de ne pas se limiter à une vision du discours comme étant basé uniquement sur un ensemble de relations formant une structure univoque. Le poststructuralime remet en question la souveraineté du sujet parlant, critique les modèles « postulant la transparence du monde et […] une réalité objective cachée derrière les signes »[26]. En outre, il est ainsi envisageable de « pouvoir analyser, dans les messages échangés, ces éléments formels qui servent de base à l'interprétation, sans la bloquer sur un schème équivoque »[27] sans « peur de reconnaître la part de subjectivité de l'analyse »[28].

Le positionnement épistémologique de cette recherche est donc à la fois constructiviste et post-structuraliste, de manière à adopter une réflexion critique du constructivisme. En effet, le constructivisme peut comporter le risque de se limiter à « l'analyse d'énoncés sans tenter de rendre compte des contextes d'énonciation et des situations pratiques où ils furent produits et validés »[29]. La méthodologie sémio-pragmatique s'inscrit dans une démarche constructiviste puisqu'elle analyse la connaissance et, plus spécifiquement, la production de sens dans un contexte communicationnel, comme étant une construction effectuée par des personnes et non pas comme étant une donnée existant *a priori*. Mais cette méthode, dans sa dimension pragmatique, est particulièrement soucieuse de rendre compte du contexte de production et d'interprétation du sens

[24] Courant éminément lié à la linguistique et dont Ferdinand DE SAUSSURE est l'un des précurseurs puisqu'il annonce, au début du XX^{e} siècle, que chaque langue ne peut s'appréhender que comme un ensemble d'éléments en relation les uns avec les autres dans un dispositif, appellé, plus tard, « structure ».
[25] ANGERMÜLLER (J.), *Qu'est-ce que le poststructuralisme français ? A propos de la notion de discours d'un pays à l'autre*, dans *Langage et société*, n°120, Maison des sciences de l'homme, [En ligne], 2007, p. 19.
[26] *Ibid.*, p. 20.
[27] BOUTAUD (J-J.), *Sémiotique et communication*, Paris, L'Harmattan, coll. « ChampsVisuels », 1998, p. 7.
[28] BOUTAUD (J.-J.) et BERTHELOT-GUIET (K.), *La vie des signes au sein de la communication : vers une sémiotique communicationnelle*, dans *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°3, [En ligne], 2013, p. 3.
[29] LEMIEUX (C.), art. cit., p. 179.

et des messages, de manière à éviter de borner l'analyse à une simple étude des énoncés. Ainsi, la posture épistémologique choisie peut se voir comme « une démarche respectueuse des structures formelles des textes, mais non astreinte à un respect de principe de l'enfermement immanentiste »[30] et permet ainsi de dépasser la seule théorie sémiotique, en se tournant vers la pragmatique, apparue dans les années 70, qui a permis d'« ouvrir les yeux sur des contextes situés, des espaces négociés de sens, laissant la sémiotique à son pré carré et son jargon d'un autre âge »[31] et d'ouvrir la sémiotique à d'autres champs en se montrant davantage attentif à l'expérience du sujet.

[30] WAGNER (F.), *Du structuralisme au post-structuralisme*, dans *Études littéraires*, vol. 36, n°2, [En ligne], 2004, p. 105.
[31] BOUTAUD (J.-J.) et BERTHELOT-GUIET (K.), art. cit., p. 3.

1.3. Communication organisationnelle et communication web

Avant de poursuivre plus avant dans la présentation de la méthode, il semble pertinent de présenter brièvement les champs de la communication dans lesquels s'inscrit la communication web des organisations étudiées. Cette partie s'attache, dans un premier temps, à circonscrire les notions de communication organisationnelle et de communication institutionnelle, pour montrer comment la communication des services de renseignement s'y rapporte. Dans un second temps, les caractéristiques inhérentes à Internet et à la communication web sont détaillées.

L'évolution du mot « communication » est liée aux concepts de transmission et de transport. Mais le terme est flou et « autorise toutes les appropriations »[32]. En effet, le terme regroupe un ensemble de réalités disparates. De manière simplifiée, l'intérêt de cette recherche porte sur la question de la diffusion de messages émanant d'institutions à destination de certains publics et son champ est donc la communication organisationnelle.

1.3.1. Communication organisationnelle et communication institutionnelle

La conception même d'organisation a évolué : d'organisation centrée sur une tâche, elle est devenue une forme d'action organisée.[33] Elle se conçoit comme une forme sociale et dynamique contingente de son environnement et caractérisée par ses modes de régulation. C'est pourquoi une attention particulière est portée au cadre contextuel des institutions étudiées, par la suite. Et s'il est entendu qu'une organisation se définit aussi par sa constitution légale et qu'elle ne possède ni pensée ni comportement, la communication organisationnelle ne peut donc se concevoir uniquement comme étant le simple produit revendiqué d'une structure morale ou sociale.[34] L'existence des institutions se fonde sur un « langage permettant la formation, l'expression, la transmission et la transformation de croyances et d'attitudes par lesquelles sont créées et organisées

[32] MAIGRET (E.), *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2010, p. 23.
[33] DE SAINT-GEORGES (P.), *Penser la communication interne des entreprises et des organisations*, dans *Recherches en communication*, n°34, Louvain-la-Neuve, Université catholique de Louvain, 2010, p. 164.
[34] *Ibid.*, p. 168-169 et DOUGLAS (M.), *Comment pensent les institutions*, Paris, Éditions La Découverte et Syros, 1999, p. 33-35.

ces formes et ces structures sociales que sont les institutions : le langage est donc essentiel aux institutions »[35]. La communication des organisations participe donc à l'existence même de ces structures, plus qu'elle n'en est qu'un simple produit.

La communication des entreprises, terme auquel il sera préféré celui de « communication des organisations », puisque la communication « s'exerce désormais dans les [institutions] privées ou publiques ou dans le domaine non-marchand des associations »[36], est le domaine de la communication qui a trait aux processus d'émission de messages émanant d'institutions privées ou publiques à destination de publics particuliers, afin d'atteindre des buts déterminés. Il convient de préciser que la communication des institutions est toujours un processus circulaire qui s'exerce dans une logique d'écoute des publics, voire de dialogue. C'est une des raisons pour laquelle les outils de mesure des actions de communications ont un rôle d'importance dans la gestion de la communication.

« Aujourd'hui, dans les démocraties occidentales, les progrès des sciences humaines et l'expérience accumulée par la publicité, par des techniques galopantes donnent chaque jour une plus grande efficacité à l'art de communiquer les informations »[37]. C'est pourquoi penser la communication sur base du schéma classique de Claude SHANNON et Waren WEAVER qui la théorisent en 1949 comme étant la diffusion d'un message à travers un canal par un émetteur à destination d'un récepteur ne permet pas de refléter l'importance du contexte et du rôle des acteurs dans le processus. Il est donc plus juste de concevoir « la communication comme un ensemble d'interactions, verbales et comportementales, formant système et toujours situées dans une hiérarchie de contextes s'englobant les uns les autres »[38]. Ceci achève de nier que la communication organisationnelle est un simple produit d'une structure sociale. C'est la raison pour laquelle la définition de la communication organisationnelle qui est retenue est « l'action volontariste

[35] KRIEG-PLANQUE (A.), *Analyser les discours institutionnels*, Paris, Armand Colin, 2012, p. 22.
[36] LIBAERT (Th.) et WESTPHALEN (M.-H.), *Communicator. Toute la communication d'entreprise*, Paris, Dunod, 2009, p. 10.
[37] CHALIAND (G.), sous la dir. de, *La persuasion de masse. Guerre psychologique, guerre médiatique*, Paris, Robert Lafond, 1992, p. 27.
[38] DE SAINT-GEORGES (P.), art. cit., p. 173.

d'émission, de transmission et de réception de messages, dans un système de signes qui s'échangent au sein de [l'organisation] et entre celle-ci et son environnement »[39].

Les buts de la communication organisationnelle vont de l'amélioration de l'image au renforcement des relations de l'institution, à la promotion des produits et à la défense de ses intérêts.[40] L'image est un concept déterminant, difficile à délimiter, qui « serait l'ensemble des perceptions des publics autour de quatre axes : la réputation, les valeurs, la personnalité et l'identité de l'entreprise »[41]. L'image de l'institution se décline en image voulue par l'organisation, en image perçue par les publics et en image possible, car elle se fonde tant sur une démarche volontaire de l'institution, que sur des messages involontaires, sur des messages émis par l'environnement et sur la perception des publics. Elle est donc la résultante d'« une relation causale entre intentions, discours et perceptions »[42], mais aussi avec son contexte. L'image est aussi déterminante pour la réputation de l'entreprise qui « est une évaluation totale de l'ensemble des estimations des [parties prenantes], donc une sommation de l'ensemble des images ».[43]

L'identité de l'entreprise est une notion floue à propos de laquelle il n'existe pas réellement de consensus. Elle peut se comprendre comme étant la « présentation de soi d'une organisation ».[44] Cette représentation est une « fiction d'unité » qui présente l'entreprise comme « un individu agissant et pensant par lui-même »[45]. La définition que Jean-Marie FLOCH en donne semble donc pertinente : « l'identité se comprendra alors comme une relation aux signes et aux figures reconnaissables par les autres, et selon la permanence que cette lisibilité suppose »[46].

Enfin, il est utile de préciser que la communication des services de renseignement sur le Web est principalement une « communication institutionnelle » (parfois aussi appelée

[39] LIBAERT (Th.) et WESTPHALEN (M.-H.), *op. cit.*, p. 10.
[40] *Ibid.*, p. 12-14.
[41] *Ibid.*, p. 12.
[42] HELLER (Th.), *L'invisible de l'image*, dans *Communication et organisation*, n°34, 2008, p. 119.
[43] BEAUCHAMP (M.), *op. cit.*, p. 9.
[44] TASSEL (J.), *L'identité d'entreprise. Une fiction ordinaire au service du management ?*, dans HELLER (Th.), HUËT (R.) et VIDAILLET (B.), sous la dir. de, *Communication & organisation : perspectives critiques*, Villeneuve-d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2013, p. 241-242.
[45] *Ibid.*, p. 244.
[46] FLOCH (J.-M.), *Identités visuelles*, Paris, Presses Universitaires de France, 1995, p. 7.

« communication corporate »), dans le sens où ce sont les services de renseignements qui prennent la parole pour communiquer à propos de leur identité et améliorer leur image. C'est donc une communication qui vise essentiellement le grand public, c'est-à-dire les citoyens.[47] La communication institutionnelle « renvoie au fait qu'en communiquant sur elles-mêmes, les entreprises et les organisations se présentent comme des institutions, investies d'une mission et véhiculant des valeurs »[48]. La définition qui en est donnée par Thierry LIBAERT et Karine JOHANNES est « la communication où l'entreprise parle d'elle-même, de son identité, de sa mission, de ses valeurs et se présente comme personne morale, au-delà de ses produits et services. L'objet de la communication est donc également le sujet qui en est l'origine »[49]. C'est une communication à destination des parties prenantes, pour favoriser leur adhésion, tout en affirmant la personnalité de l'organisation. La communication des services étatiques de renseignement entre également dans le champ de la communication publique, comme c'est expliqué dans la deuxième partie de cette recherche. Les différents aspects stratégiques de la communication des services étudiés sont expliqués dans la partie consacrée au cadre contextuel. Étant donné que le corpus est un ensemble de site web, il est approprié de traiter de cet aspect pour comprendre ce que ce média a de spécifique, tant dans ses facilitations techniques, que dans ses contraintes.

[47] LIBAERT (Th.) et WESTPHALEN (M.-H.), *op. cit.*, p. 18.
[48] LIBAERT (Th.) et JOHANNES (K.), *La communication corporate*, Paris, Dunod, 2016, p. 8.
[49] *Ibid.*, p. 9.

1.3.2. Internet et le Web

> *« Le Net s'impose désormais comme le support d'information privilégiée. Il est donc indispensable que les organisations intègrent Internet dans leur communication. »*
> *-Pascal FRANCQ[50]-*

Il est d'usage, ces dernières années, quand il est question d'Internet, d'insister sur la révolution technique que ce média a introduit petit à petit dans les foyers et de s'émerveiller devant « l'accélération des progrès des techniques de communication [qui] a bouleversé la place de l'information et des médias »[51]. En effet, avec un peu de recul, il est difficile de nier l'importance qu'Internet et ses innovations techniques ont apporté dans la diffusion d'informations, facilitant sans cesse les échanges rapides de flux de données entre des acteurs qui se trouvent aux quatre coins du globe. Pour se faire une idée du progrès technique, il suffit de se remémorer que le premier Macintosh est lancé le 24 janvier 1984. Cette machine est véritablement le premier ordinateur personnel pouvant être installé chez soi. 1984 est, par les facéties du hasard, également la date choisie par ORWELL pour son roman éponyme.

La création d'Internet est l'aboutissement d'une évolution et d'une maturation technique qui s'étend de 1959 à 1983. En effet, les spécialistes font remonter la création du réseau à la date du développement de l'ARPANET.[52] Le Web est né en 1989 suites à une recherche du CERN « visant à développer un outil de gestion documentaire hypertexte, décentralisé, est basé sur une architecture client/serveur et le modèle TCP/IP »[53]. Le premier site web est mis en ligne le 24 décembre 1990. Le Web est donc un réseau informationnel « où les informations sont reprises dans des pages web reliées par des hyperliens »[54] et le Web ne constitue donc qu'une partie d'Internet.

[50] FRANCQ (P.), *Internet. Tome 1. La construction d'un mythe*, Bruxelles, EME Éditions, 2012, p. 141.
[51] CHALIAND (G.), *op. cit.*, p. 89.
[52] FRANCQ (P.), *Internet. Tome 1. La construction d'un mythe*, *Op. Cit.*, p. 29-33.
[53] *Ibid.*, p. 100.
[54] *Ibid.*, p. 4.

Il est important de se représenter, lorsqu'on parle du Web, que « toutes les informations hébergées ne sont pas forcément accessibles »[55]. En effet, les moteurs de recherche n'indexent qu'une infime part des données existantes. Cette part de données difficilement accessible pour l'internaute moyen, est appelé Web profond ou encore Web invisible. Aussi, le Web visible ne représente que la part émergée de l'iceberg.

C'est la possibilité offerte aux internautes d'échanger, de créer ou de modifier du contenu qui a permis de transfigurer le Web en un Web appelé « Web 2.0 ». La rédaction de contenu par n'importe quel internaute préfigure donc l'évolution du Web vers un « Web 2.0 ». Bien qu'il n'existe aucun consensus sur ce que recouvre la notion de « Web 2.0 », il est possible de donner à ce concept le sens d'évolution « d'un support de communication interpersonnelle ou collective vers un support de communication, de diffusion et de collaboration de masse »[56]. Les débuts de l'activité des internautes, alors non plus simples réceptionnaires passifs d'informations, coïncident avec le 15 janvier 2001 qui voit la création de Wikipédia. Cette nouvelle modalité d'utilisation d'Internet est encore davantage exploitée lorsque le 4 février 2004 Facebook est créé, YouTube en février 2005 et Twitter mis en ligne le 21 mars 2006.[57]

« L'évolution du taux de pénétration d'Internet a transformé le Web en un outil de communication de masse. Aujourd'hui, toute nouvelle organisation s'empresse de créer son propre site. […] Le premier réflexe d'un futur client ou d'un journaliste est de consulter le site web de l'organisation, que ce soit pour obtenir des informations générales, ou lors de crises touchants celle-ci »[58]. En 2011, on estimait que le nombre d'internautes s'élevait à plus de 2 milliards d'individus soit un tiers de la population mondiale.[59]

Internet est également devenu un nouveau lieu de conflits, si bien que d'aucuns parlent de « guerre du net ». Il y a un intérêt politique à investir le Web. « Parmi les moyens utilisés, on notera

[55] FRANCQ (P.), *Internet. Tome 1. La construction d'un mythe*, *Op. Cit.*, p. 132-133.
[56] *Ibid.*, p. 211.
[57] BRAULT (Y.), *Concevoir et déployer ses sites Web avec Drupal*, Paris, Éditions Eyrolles, 2009, p. 11.
[58] FRANCQ (P.), *Internet. Tome 1. La construction d'un mythe*, *Op. Cit.*, p. 140.
[59] *Ibid.*, p. 154.

les campagnes de propagande psychologiques, la subversion culturelle et politique, l'interférence avec les médias, la fédération des ordinateurs et des banques de données, et la promotion de la cyber dissidence ».[60] Les derniers exemples en date d'utilisation massive d'Internet dans le cadre de conflits sont la diffusion de messages terroristes sur la Toile pour revendiquer certaines actions, notamment via la diffusion de vidéos sur YouTube, mais aussi pour recruter de nouveaux djihadistes ou simplement pour diffuser leurs idées à grande échelle.

À la question de savoir si Internet pourrait contribuer à une plus grande transparence publique, en rappelant que le réseau favorise la diffusion d'informations, mais ne suffit donc pas à créer une transparence totale, Pascal FRANCQ répond : « Je ne milite pas pour une ouverture totale des données gouvernementales, mais pour une vraie politique informationnelle dans les pays démocratiques. Celle-ci impliquerait peut-être des niveaux d'accès différents : un parlementaire ou un chercheur pourrait, sous certaines conditions, disposer d'informations plus sensibles »[61].

1.3.3. Ergonomie et écriture web

Un site internet est « un ensemble de pages interconnectées, accessibles à partir d'une même adresse et relevant d'une identité éditoriale commune »[62] et « est constitué de l'ensemble des pages liées les unes aux autres sous la même URL (en français : repère uniforme de ressources), c'est-à-dire l'adresse qui spécifie la localisation physique d'un site sur le Web »[63]. L'ergonomie web vise à anticiper les besoins de l'Internaute et à lui fournir le meilleur confort de navigation possible. Les opposants à l'ergonomie web estiment que les conventions briment la créativité et sont porteuses du risque de voir s'installer une sorte de lassitude face à l'uniformisation des présentations des contenus. Il faut cependant fortement tempérer cette affirmation puisque l'ergonomie vise à prendre en compte les comportements des internautes afin de produire un outil adapté de manière à faciliter la réception médiatique des messages. Certaines restrictions sont de nature technique, telles que la taille et le format des écrans, taille de la page, la résolution, etc. D'autres règles sont

[60] FRANCQ (P.), *Internet. Tome 2. Le caractère fétiche*, Bruxelles, EME Éditions, 2012, p. 153.
[61] *Ibid.*, p. 222.
[62] ROUQUETTE (S.), *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cyberesp@ce*, Bruxelles, De Boeck, 2009, p. 8.
[63] *Ibid.*, p. 173.

héritées des usages en vigueur dans d'autres supports plus anciens. C'est le cas pour ce qui concerne l'adoption assez généralisée de l'écriture en caractères noirs sur fond blanc.[64] Car, même « si personne ne conteste l'importance des techniques de reproduction dans la diffusion du savoir, ce sont surtout les technologies servant au support écrit qui jouent un rôle cardinal. La nature physique du support écrit implique en effet, par les contraintes matérielles induites, des modes d'appréciation spécifique ».[65]

Différentes instances ont donc établis des recommandations en matière d'écriture administrative, en vue d'en faciliter la réception et la compréhension par le destinataire[66]. Parmi ces recommandations, figurent de nombreux conseils visant à simplifier les tournures de phrases, à adopter un style direct et à placer le destinataire au centre de la communication.[67] Cependant, il faut préciser que de telles règles ne sont pas uniquement l'apanage de l'écriture web et qu'elles touchent également d'autres médias[68].

La première chose qui se donne à voir sur un site web est sa page d'accueil. Celle-ci « doit […] convaincre instantanément l'utilisateur de l'intérêt du site et lui permettre d'accéder en quelques secondes à des sujets attractifs »[69]. Elle « est aussi l'image que l'entreprise donne au monde »[70]. Bien entendu, ce n'est pas l'unique point d'entrée de l'utilisateur vers le site puisque celui-ci a tendance à recourir aux moteurs de recherche pour trouver l'information dont il a besoin. Cependant, la page d'accueil offre une vue d'ensemble du site web et de ce qu'il contient à l'internaute. Étant donné le peu de temps qu'un utilisateur passe sur un site, les conventions permettent aux concepteurs d'en rendre l'usage facile à travers l'acquisition de repères communs.[71]

---

[64] NIELSEN (J.) et TAHIR (M.), *L'art de la page d'accueil. 50 sites web passés au crible*, Éditions Eyrolles, Paris, 2002, p. 38 et 51.
[65] FRANCQ (P.), *Internet. Tome 1. La construction d'un mythe*, *op. cit.*, p. 12.
[66] Le destinataire est l'instance qui reçoit le message, tandis que le destinateur émet un message. Les terminologies d'émetteur et d'instance énonciatrice seront utilisées également pour désigner le destinateur, tandis que les termes d'utilisateur et de récepteur seront aussi utilisés pour désigner le destinataire.
[67] TRUDEL (E.), *Sémantique des sites web de restaurants : analyse de productions polysémiotiques*, thèse de Doctorat en Lettres, sous la direction de LEBLANC (B.) et HÉBERT (L.), Trois-Rivières, Université du Québec à Trois-Rivières, 2013, p. 9-10 et KRIEG-PLANQUE (A.), *op. cit.*, p. 35.
[68] En effet, il existe des règles d'écriture journalistique, par exemple.
[69] NIELSEN (J.) et TAHIR (M.), *op. cit.*, p. 38.
[70] *Ibid.*, p. 1.
[71] *Ibid.*, p. 37.

C'est aussi la raison pour laquelle, les noms de domaine suivent ordinairement la hiérarchie : « préfixe.nom.suffixe ». Le préfixe étant « www » lorsqu'il s'agit d'un site Web.[72]

Parmi les « principes » d'ergonomie Web les plus évidents, l'emplacement du logo se trouve traditionnellement en haut à gauche, lorsque le texte est rédigé dans une langue qui s'écrit de gauche à droite. Beaucoup de sites institutionnels disposent d'une section intitulée « About us » (84%), une autre « Contact » (90%), ou encore une page pour les offres d'emploi (74%).[73]

Jakob NIELSEN et Marie TAHIR listent 113 principes de conception afin d'évaluer l'ergonomie d'un site internet. Si leur ouvrage est quelque peu daté, puisqu'il date de 2002, il est toutefois éclairant de reprendre certains de ces principes qui sont toujours d'actualité, sans en faire une liste exhaustive :

- le nom et le logo figurent en grand et en évidence ;
- une signature résume l'activité de l'organisation ;
- les fonctions principales du site sont mises en valeur pour permettre l'orientation ;
- les coordonnées de l'organisation sont listées dans un onglet spécifique ;
- les liens doivent être rendus identifiables ;
- la zone de navigation se situe à côté du contenu principal de la page ;
- une zone de la page est dédiée à la recherche ;
- les images mettent en valeur le contenu ;
- les éléments graphiques en filigrane sont à éviter ;
- les logos, titres ou signatures ne sont pas animés ;
- un fort contraste entre le texte et l'arrière-plan le rend plus lisible ;
- les logos sont reconnaissables par l'utilisateur ;
- l'URL est simple ;

[72] FRANCQ (P.), *Internet. Tome 1. La construction d'un mythe*, *Op. Cit.*, p. 53.
[73] NIELSEN (J.) et TAHIR (M.), *op. cit.*, p. 41, 46 et 47.

- les messages d'accueil au premier degré[74] sont à proscrire car il s'agit d'une « réminiscence de début du Web ».[75]

Le texte doit idéalement répondre aux spécificités de la lisibilité en ligne, assez inconfortable. Celle-ci ne correspond pas aux standards habituels de l'écrit sur papier et est favorisée par la création de textes courts, non justifiés et par une adaptation aux différents écrans sur lesquels le destinataire peut être amené à parcourir les diverses pages web. Ainsi, un site internet tend à présenter l'essentiel de son information dans un espace situé au-dessus de la ligne de flottaison ou *fold*, qui est la limite d'affichage de l'écran sans avoir recours à la barre de défilement.[76]

Un autre élément d'importance est le *call to action* afin d'amener l'utilisateur à réaliser ce qui est attendu de lui, la *conversion*. C'est-à-dire d'inciter (*call to action*) l'utilisateur à effectuer une action (*conversion*), sur le site ou non, telle qu'acheter un produit, télécharger un document, postuler à une offre d'emploi, contacter l'organisation ou encore adopter un comportement de visite souhaité. Le rédacteur d'un site prendra également en compte la nécessité d'optimiser son contenu afin d'obtenir le meilleur référencement possible sur les moteurs de recherche, le SEO[77] (*Search Engine Optimization*). Ceci permet d'augmenter le trafic du site, c'est-à-dire le nombre de visiteurs.[78]

Dans son architecture, le site propose, généralement, plusieurs points d'entrée à l'information et des intitulés « orientés utilisateur », c'est-à-dire qui favorisent l'accès au contenu et qui anticipent les besoins et comportements du destinataire. Par ailleurs, une page se structure suivant un menu de navigation principale (bien souvent placé horizontalement, sous la bannière générale), un menu de navigation secondaire et divers raccourcis contextuels et liens transversaux.

[74] Un exemple de message au premier degré récurrent dans le corpus étudié est le message de bienvenue du directeur du service qui s'adresse à l'internaute.
[75] NIELSEN (J.) et TAHIR (M.), *op. cit.*, p. 10-35.
[76] CANIVET-BOURGAUX (I.), *Bien rédiger pour le Web. Stratégie de contenu pour améliorer son référencement naturel*, Paris, Eyrolles, 2009, p. 15-17 et p. 342.
[77] Search Engine Optimization : techniques qui visent à augmenter la visibilité d'un site ou d'un contenu dans un moteur de recherche et, donc, d'augmenter le trafic d'un site web.
[78] CANIVET-BOURGAUX (I.), *op. cit.*, p. 9-10.

Un « fil d'Ariane », appelé *breadcrumb* en anglais (littéralement : « miettes de pain »), permet de visualiser les différentes étapes de navigation et de se situer dans l'arborescence du site. Un site web, de par sa conception, livre une série d'indices sur les préoccupations de son destinateur et sur la perception que ce dernier se fait du destinataire.[79]

Les sites *corporate*, aussi appelés sites « institutionnels », ont pour vocation de communiquer sur l'organisation et ne proposent ni services, ni transactions. Les sites du corpus analysé correspondent tous, sans exception, à cette catégorie qui présente d'emblée des caractéristiques similaires en termes de contenu et d'architecture, comme c'est détaillé par la suite.

Bien que cette recherche n'ait pas pour objectif d'évaluer l'ergonomie des sites analysés, il est nécessaire de prendre en compte les conventions de construction d'un site internet, ainsi que les contraintes techniques qui peuvent peser sur la création d'un contenu web. L'analyse du corpus met en évidence que ces conventions sont presque toujours respectées et qu'il existe un autre ensemble de règles implicites, qui porte tant sur le contenu que sur la forme, propre aux sites web de services de renseignement. Il sera démontré que les conventions inhérentes aux sites web et que les caractéristiques usuelles des sites ont un impact déterminant sur les sites analysés.

1.3.4. Caractéristiques médiatiques

À l'heure actuelle, il est évident que nombre d'internautes n'arrivent plus sur une page web en tapant l'adresse du site dans la zone dédiée à cet effet. Beaucoup d'entre eux recourent à des moteurs de recherche comme Google, Yahoo !, Bing, Yandex, etc. Rien que pour Google, toujours leader des moteurs de recherche dans le monde, les chiffres donnés quant au nombre de requêtes quotidiennes permettent de prendre conscience de l'importance de ces applications web : 100 milliards de recherches par mois, soit 3,3 milliards par jour ![80]

[79] CANIVET-BOURGAUX (I.), *op. cit.*, p. 17-66.
[80] BORT (J.), *Nearly 500 million searches a day are for things Google has never heard of*, dans *Business Insider*, [En ligne], 13 mai 2013, <http://www.businessinsider.com/500m-things-google-has-never-heard-of-2013-5> (Page consultée le 5 janvier 2015).

Face à l'importance croissante de l'utilisation d'Internet dans le monde, il est utile de se pencher sur ses caractéristiques médiatiques. Les sites web relèvent de ce qu'il est convenu d'appeler des « écrits d'écran », Emmanuël SOUCHIER et Yves JEANNERET parlent de la notion de « forme-texte » et de comment cela nous permet d'anticiper l'acte de lecture et de réception. Car différents paramètres entrent en compte tel que l'écriture (l'organisation du rapport « écriture/lecture »), les contraintes techniques (l'écran) et les pratiques (ou les conventions d'ergonomie).[81]

Le texte est lui-même formaté par différents architextes que sont les programmes de mise en page, les formulaires, les moteurs de recherche, etc.[82] « Le média de l'écriture n'est pas seulement le lieu de passage d'un flot informationnel ; c'est un objet matériel configuré qui cadre, inscrit, situe et, par-là même, donne un statut au texte »[83]. La différence fondamentale entre l'écrit et l'oral est la postulation d'un dispositif ou d'un processus de médiation, ce qui suppose qu'il n'existe pas d'interaction directe entre destinateur et destinataire.[84] Leur relation est donc non seulement informatisée, mais aussi médiatisée par « la relation qu'ils entretiennent aux dispositifs, aux formes textuelles, et par-là même aux acteurs qui sont en position de configurer ces objets et ces formes »[85].

Si « le design d'un site représente la partie plus visible, et donc la plus rapidement discriminante, d'un site », c'est également par ses éléments visuels qu'un site internet signifie son identité : couleur, construction, police d'écriture, etc.[86] C'est d'autant plus vrai que les « internautes, concepteurs et clients font du design un critère d'évaluation prépondérant de la qualité d'un site »[87] et que la vitesse de lecture sur le Web est très rapide et qu'il est donc nécessaire de se conformer aux repères visuels dont l'efficacité est éprouvée. S'écarter des repères et

[81] JEANNERET (Y.) et SOUCHIER (E.), *L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran*, dans *Communication et langages*, n°145, [En ligne], 2005, p. 4-5.
[82] DAVALLON (J.), sous la dir.de, *L'économie des écritures sur le Web. Vol 1. Les traces d'usage dans un corpus de sites de tourisme*, Paris, Hermès Sciences-Lavoisier, 2012, p. 21.
[83] JEANNERET (Y.) et SOUCHIER (E.), art. cit., p. 7.
[84] *Ibid.*, p. 8.
[85] *Loc. cit.*
[86] ROUQUETTE (S.), *Sémiotique d'un hypermédia efficace*, dans *HAL archives-ouvertes.fr*, [En ligne], 2013, p. 1.
[87] *Ibid.*, p. 2.

conventions en usage sur le Web signifie d'imposer un temps d'interprétation supplémentaire au destinataire et, donc, de le voir se désintéresser du contenu du site.[88]

Ceci explique l'impression de voir de nombreux sites présenter un aspect très similaire avec, notamment, des zones homogènes séparées de façon nette, qui permettent leur identification de façon rapide, et un pourtour contrastant.[89] C'est la raison pour laquelle les conventions recommandent l'utilisation d'un menu horizontal en haut de la page, parfois accompagné d'un menu vertical sur la gauche de la page, et une écriture contrastante avec le texte en noir sur un fond clair. [90] Le but étant bien souvent de « convaincre d'en savoir plus dans le moins de temps possible »[91]. En accord avec cette logique, le choix d'une argumentation textuelle « chiffrée, mesurable, donc vraisemblable » semble approprié.[92] Toutes ces conventions structurelles n'ont-elles comme unique raison d'exister de répondre à la lecture zapping des internautes ? Il est vrai que la logique d'efficacité et de lisibilité dicte également les catégories des pages d'accueil qui doivent « répondre à ces questions basiques : « que propose ce site ? », « où est-on ? », « quelles informations peut-on y trouver ? » »[93].

Une explication parfois avancée quant à la récurrence des structures et des designs des sites web est l'utilisation croissante de CMS[94], des logiciels qui permettent une création et une gestion facilitée des sites web, ceci même lorsque l'utilisateur ne possède aucune compétence technique en programmation. La question parfois posée est de savoir si la généralisation des conventions d'ergonomie et « l'utilisation généralisée des CMS limite[nt-t-elles] la créativité » ?[95] Cependant, ces CMS ont permis d'augmenter sensiblement la quantité de sources d'informations disponibles, ainsi que leur qualité. Mais, déjà avant les CMS, les interfaces de type WYSIWYG[96] ont grandement facilité la création de contenu en ligne, ceci sans qu'il soit nécessaire de maîtriser un

[88] ROUQUETTE (S.), *Sémiotique d'un hypermédia efficace*, art. cit., .p. 10.
[89] *Ibid.*, p. 16.
[90] *Ibid.*, p. 4.
[91] *Ibid.*, p. 2.
[92] *Ibid.*, p. 4.
[93] *Ibid.*, p. 6.
[94] Content Management System : système de gestion de contenu.
[95] ROUQUETTE (S.), *Sémiotique d'un hypermédia efficace*, art. cit., p. 7.
[96] Acronyme de « What You See Is What You Get » (littéralement : « ce que vous voyez est ce que vous obtenez »), soit une interface qui montre à l'écran le résultat final, comme c'est le cas dans un logiciel de traitement de texte.

langage de programmation web et, donc, ont permis aux administrateurs et rédacteurs web de se concentrer davantage sur le contenu.

Une autre caractéristique essentielle de l'écriture web est l'affranchissement de la linéarité textuelle, en ayant recours à des liens par exemple. Ces liens interviennent à différents niveaux dans un site internet et influencent fortement tant la production médiatique que sa réception. Il est parfois question de la notion d'intertextualité, c'est-à-dire la « présence d'un texte dans un autre »[97], cette mise en relation de différents textes se retrouve également à l'écrit par le biais de citations ou de notes infrapaginales, par exemple. Une forme particulière d'intertextualité est l'hypertextualité qui se définit comme étant « tout ensemble de matériels écrits et/ou picturaux regroupés par des liens dans « des structures textuelles complexes et non séquentielles » »[98]. C'est donc une « opération par laquelle un texte se greffe sur un texte antérieur sans qu'il s'agisse d'un commentaire »[99].

Les liens influencent donc la réception en permettant une lecture rapide, discontinue et non-linéaire. Ces liens servent à argumenter, à justifier, à informer ou sont parfois sans aucun rapport avec la page sur laquelle se trouve l'internaute. Outre l'augmentation de la quantité d'informations mises à disposition, ces liens présentent aussi un intérêt non négligeable en termes de référencement naturel, appelé SEO. Les règles de référencement influent également la production de contenus au point que l'augmentation du référencement naturel est devenu une véritable spécialité. Ainsi, la présence de liens internes mais également externes permettent d'augmenter le référencement d'un site web. Parmi les autres règles qui existent, trop nombreuses pour pouvoir être toutes détaillées dans ces lignes, il est possible de citer, à titre d'exemples : un choix judicieux du titre, une méta-description des contenus, un bon temps de chargement des pages, une stratégie concernant le choix des mots-clés, des URL décrivant le contenu, une répétition des mots clés dans le texte, etc.

[97] MAINGUENEAU (D.), *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Éditions du Seuil, 2009, p. 78.
[98] FRANCQ (P.), *Internet. Tome 1. La construction d'un mythe*, *op. cit.*, p. 25.
[99] MAINGUENEAU (D.), *op. cit.*, p. 79.

Le parcours du destinataire est en réalité imprédictible et rapide : « la navigation est aléatoire, la visite d'un site aussi imprévisible que subordonnée aux désirs de l'internaute »[100]. Comme dans d'autres médias de masse, « pour énoncer, le locuteur est obligé de se construire une représentation d'un destinataire modèle, distinct des publics (c'est-à-dire des destinataires effectifs d'un discours) tel que peuvent les appréhender l'historien ou le sociologue »[101]. Cette imprévisibilité et cette absence de linéarité dans la navigation sur un site internet abouti à créer autant de parcours interprétatifs qu'il n'existe de lectures réalisées par les multiples destinataires. L'analyse effectuée ne saurait donc rendre compte de ce nombre d'interprétations, mais vise à fournir des pistes et des parcours possibles et probables, tout en cherchant à identifier les catégories de destinataires visés par le destinateur lorsque c'est possible.

[100] ROUQUETTE (S.), *Sémiotique d'un hypermédia efficace*, art. cit., p. 14.
[101] MAINGUENEAU (D.), *op. cit.*, p. 89.

1.4. L'analyse sémio-pragmatique

La méthodologie choisie consiste en une analyse de sites internet par le biais d'une grille de lecture sémio-pragmatique, complétée par une analyse de contenu et dont les conclusions seront mises en relation avec des entretiens exploratoires menés avec différents acteurs directs ou indirects du secteur du renseignement.

1.4.1. Sémiotique ou sémiologie ?

« Le sémiologue est celui qui voit du sens là où les autres voient des choses. »
-Umberto Eco-

De façon simple, comme résumé par Virginie SPIES (interviewée par Virginie ROUSSEL), « le but de la sémiologie, c'est de comprendre comment on comprend »[102]. Cette vulgarisation pourrait s'appliquer également à la sémiotique. Le terme « sémiologie » existe depuis l'Antiquité et désignait à l'origine la médecine qui consistait à interpréter les symptômes. Au début du XX[e] siècle, Ferdinand DE SAUSSURE, un linguiste, pose les premiers jalons « d'une science générale et globalisante traitant des différents types de signes avec lesquels nous communiquons : la sémiologie »[103]. Aux États-Unis, à la même époque, Charles Sanders PEIRCE crée également une science des signes appelée « *Semiotics* ». C'est de la sémiotique de Peirce et de l'école américaine que naît la sémiotique intéressée par les rapports entre signes et individus, la pragmatique.[104] Il s'agit « d'étudier la vie sociale et la communication à partir de l'analyse de la vie des signes »[105].

[102] ROUSSEL (V.), *Que se trame-t-il au Petit Journal de Yann Barthès ?*, dans *La Libre.be*, 23 mars 2015, [En ligne], <http://www.lalibre.be/culture/medias-tele/que-se-trame-t-il-au-petit-journal-de-yann-barthes-550efd7b3570c8b952c31632> (Page consultée le 11 septembre 2015).
[103] JOLY (M.), *L'image et les signes*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 18.
[104] *Ibid.*, p. 19-20.
[105] CATELLANI (A.), *Un apport sémiotique aux approches critiques de la communication. Notes sémio-rhétoriques sur le discours environnementaliste et sur la critique on-line du greenwashing*, dans HELLER (Th.), HUËT (R.) et VIDAILLET (B.), sous la dir. de, *Communication & organisation : perspectives critiques*, Villeneuve-d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2013, p. 205.

Il faut aussi faire la distinction avec la sémantique qui « est traditionnellement considérée comme une branche de la linguistique qui étudie les significations : non pas les systèmes de signes ni les processus de signification et d'interprétation »[106].

Qu'est-ce qui distingue alors sémiotique et sémiologie ? Les deux termes sont utilisés lorsque la théorie du signe est abordée : d'une part, la sémiotique de Charles Sanders PEIRCE et, d'autre part, la sémiologie de Ferdinand DE SAUSSURE. Si ces deux courants convergent en une « science des signes », ils sont chacun issus d'une tradition historique et épistémologique spécifique. La sémiologie est essentiellement centrée sur l'analyse de la signification linguistique et repose sur la relation dyadique qui existe entre *signifiant* et *signifié*. La sémiotique, quant à elle, analyse la production de sens issue de la relation dissymétrique entre un *signifiant*, un *signifié* et un *référent*. Cependant, les termes « sémiologie » et « sémiotique » sont parfois utilisés dans des sens équivalents et ce qui fonde leur différence est, comme cela a été dit précédemment, une question d'origine historique.[107]

La sémiotique a connu son tournant pragmatique, après une phase de critique structuraliste des communications de masse, dans les années 1960-1970, dont Roland BARTHES et Umberto ECO sont des représentants. Cette critique « recherche les caractéristiques intrinsèques des narrations populaires. Elle fournit un outil puissant en précisant le mécanisme supposé d'influence des messages »[108]. Si Charles Sanders PEIRCE est traditionnellement considéré comme étant le père fondateur de la sémiotique, Umberto ECO en est une des figures les plus importantes pour ce qui concerne l'évolution de cette discipline car il « opère un approfondissement de la théorie du langage […], [ouvrant] la sémiotique à la logique, à l'histoire de l'art ou à la rhétorique, ce qui produit un éclatement de la notion de signe, jugée trop rigide pour rendre compte de la complexité des actes interprétatifs »[109]. Les dernières évolutions de la sémiotique rompent avec la théorie linéaire de la communication, avec l'idée de relation cybernétique caractérisant la relation entre un émetteur et un récepteur : elles aboutissent à une pragmatique qui considère qu'un « message est

[106] JOLY (M.), *op. cit.*, p. 21.
[107] *Ibid.*, p. 23-24.
[108] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 108.
[109] *Loc. cit.*

toujours décodé localement, en fonction des connaissances du récepteur »[110]. La méthode choisie et mise en œuvre dans cette thèse par le biais d'une grille d'analyse est largement issue de cette tradition sémiotique.

1.4.2. Signe, signifiant et signifié

Puisque l'acte communicationnel est un « phénomène fondé sur la production et circulation du *sens* et des *signes* »[111], la méthode sémio-pragmatique semble d'emblée particulièrement adaptée au corpus à analyser. Cette méthodologie envisage à la fois l'interprétation des signes et du sens, mais aussi leur production, c'est la dimension sémiotique. Tandis que la dimension pragmatique qui « s'intéresse à l'usage des énoncés en contexte et à leurs rapports à l'action en situation »[112], porte plutôt sur la construction de sens par un public et envisage des interprétations possibles, mais aussi le « rapport du langage à l'action »[113]. L'acte communicationnel a recours à des *signes* qui sont chacun « quelque chose qui représente à quelqu'un quelque chose sous quelque rapport ou à quelque titre »[114], et qui sont composés d'un *signifiant* et d'un *signifié*. Ce dernier peut se concevoir comme étant « une représentation psychique de la chose »[115], aussi appelé *concept* par SAUSSURE, ou encore *dicible* pour les Stoïciens.[116] La production de sens, ou *semiosis*, s'articule autour de l'acte unifiant *signifié* et *signifian*t, le *procès*, au sens que lui donne Roland BARTHES.[117] Le *signifiant* se définit, quant à lui, comme un médiateur au *signifié* et sa substance apparaît comme étant matérielle. Le *signifiant* peut ainsi revêtir la forme d'objets, de sons, d'images, etc.

[110] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 108.
[111] CATELLANI (A.) et VERSEL (M.), *Les applications de la sémiotique à la communication des organisations. Entre sémiotique et SIC : témoignages de rencontres, croisements et hybridations*, dans *Communication & Organisation*, n°39, 2011, p. 5.
[112] KRIEG-PLANQUE (A.), *op. cit.*, p. 50.
[113] *Loc. cit.*
[114] MATTELART (A.) et MATTELART (M.), *Histoire des théories de la communication*, Paris, Éditions La Découverte, 1997, p. 17.
[115] BARTHES (R.), *L'aventure sémiologique*, Paris, Éditions du Seuil, 1985, p. 41.
[116] *Ibid.*, p. 42.
[117] *Loc. cit.*

L'approche choisie délaisse la théorie linéaire de la communication, telle que formalisée par SHANNON et WEAVER, ou encore JACKOBSON, qui modélise la communication telle qu'une transmission d'un message d'un émetteur à un récepteur et qui se focalise sur la réception.[118] En effet, il serait illusoire de voir dans la communication web des effets de causalité directe sur l'utilisateur, sans qu'interviennent de multiples facteurs inhérents à la nature du média et d'autres qui sont de nature contextuelle[119] puisque « le contexte joue un rôle essentiel dans la production comme dans l'interprétation des énoncés : hors contexte, un énoncé n'a qu'un sens potentiel »[120]. Les énoncés sont tout à fait indissociables de leur contexte, qui peut être tant verbal que physique, c'est-à-dire social ou culturel. Par exemple, lorsqu'il est question de sens connoté[121], c'est-à-dire le sens implicite qui dépend des références du destinataire, du destinateur, il est évident que le contexte culturel ou de réception est d'importance. Il est donc raisonnable de dire que « dénotations et […] connotations sont des techniques relationnelles, les signes s'organisent les uns par rapport aux autres : un discours ne veut rien dire en soi, il signifie par différence »[122].

Se centrer uniquement sur le fait interprétatif et le destinataire pourrait réduire le public à un rôle de décodeur, sans prendre en compte la dynamique discursive de l'instance énonciatrice. C'est cette raison qui nous enjoint de penser le destinataire comme « un individu qui intègre ses pratiques interprétatives à d'autres pratiques de sa vie sociale »[123]. Ainsi, le destinataire devra s'appréhender comme un « lecteur modèle » dans le sens donné par Umberto ECO, c'est-à-dire non comme visant « un public en particulier qui réalise des lectures de telle ou telle façon, mais des parcours de lecture que le texte ouvre au lecteur potentiel »[124]. Il est donc utile de considérer, d'une part, l'activité de l'instance énonciatrice et, d'autre part, de travailler sur le lecteur modèle, en particulier.

---

[118] TORRES VITOLAS (M.A.), *Approche sémiopragmatique de pratiques nées de la réception médiatique*, thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de MOLINIER (P.) et MPONDO-DICKA (P.), Toulouse, Université de Toulouse, 2011, p. 16.
[119] BARATS (Ch.), *Manuel d'analyse du Web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, 2013, p. 7.
[120] MAINGUENEAU (D.), *op. cit.*, p. 33.
[121] Le sens dénoté correspond au sens usuel d'un signe (par exemple, la définition d'un mot dans le dictionnaire), tandis que le sens connoté est le sens d'un signe qui dépend de son contexte et d'un ensemble de références culturelles ou sociales (par exemple, le fait que le noir soit associé au deuil). Le sens connoté peut donc fortement varier, en fonction du contexte.
[122] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 101.
[123] TORRES VITOLAS (M.A.), *op. cit.*, p. 18.
[124] *Ibid.*, p. 32.

1.4.3. Réception et contexte

Si la réception se déduit en partie « de la forme du texte et de la stratégie énonciative »[125], le contexte de réception revêt également son importance. Car « le texte, en effet, incarne une conception de la lecture et des activités intellectuelles, mais ces propositions, qui formulent « l'inconscient de la lecture », demandent toujours à être habitées par une culture particulière du lire : la forme du texte peut anticiper l'acte interprétatif mais elle ne peut en revanche le formater complètement »[126]. S'il est évident que les sens sont « tributaires d'un concours d'images, de sons et de graphismes »[127], il convient de ne pas se réduire au sens descriptif du discours comme le résument MEUNIER et PERAYA : « si le sens descriptif concerne le fait qu'un énoncé verbal représente un *état de choses* auquel il fait référence, le sens pragmatique désigne quant à lui le fait qu'un énoncé assume une *fonction illocutoire*, c'est-à-dire qu'il met en relation, sous un certain rapport, les interlocuteurs »[128]. Il faut donc distinguer le fait que, d'une part, le sens apparaît toujours dans un contexte déterminé et, d'autre part, le sens descriptif ou superficiel (acte locutoire) n'est pas seul puisqu'il existe d'autres dimensions : illocutoires et perlocutoires.

Cette dernière distinction opérée entre les actes locutoires, illocutoires et perlocutoires sont issus de la pragmatique linguistique qui s'est considérablement étendue sur la notion d'acte de langage ou d'acte de parole. « L'acte de langage (parfois dénommé acte de parole ou, plus rarement, acte de discours) est une des notions essentielles de la pragmatique linguistique. […] C'est la plus petite unité réalisant par le langage une action (ordre, requête, assertion, promesse…) destinée à modifier la situation des interlocuteurs. »[129] Ainsi, l'acte locutoire consiste en la production de son ayant un sens, c'est l'action de dire quelque chose. L'acte illocutoire est un message qui porte au-delà de son sens immédiat et qui exprime l'intention du locuteur, tel que lorsque que quelqu'un dit « avez-vous l'heure ? », la signification est « pouvez-vous me donner

[125] TORRES VITOLAS (M.A.), *op. cit.*, p. 31.
[126] JEANNERET (Y.) et SOUCHIER (E.), art. cit., p. 13.
[127] BARTHES (R.), *L'aventure sémiologique*, Paris, Éditions du Seuil, 1985, p. 32.
[128] MEUNIER (J.-P.) et PERAYA (D.), *Introduction aux théories de la communication*, Bruxelles, De Boeck, 2004, p. 79.
[129] MAINGUENEAU (D.), *op. cit.*, p. 15.

l'heure ? ». Enfin, l'acte perlocutoire est l'effet produit sur le destinataire, au-delà de l'intention du destinataire.[130]

L'approche retenue cherche à combiner l'héritage sémiotique avec les apports pragmatiques. Par la pragmatique, « l'interaction entre les interlocuteurs est ainsi mise au cœur de la sémantique »[131], mais aussi de la sémiotique puisque, comme expliqué ci-avant, c'est le processus de signification et d'interprétation qui est au cœur de la sémiotique, et donc le *signe*, et pas seulement le *signifié.* Cette interaction qui s'observe dans la relation entre le destinateur, qui produit le message, et le destinataire, qui reçoit et interprète le message, naît de cette relation médiatisée et indissociable de son contexte.

[130] MAINGUENEAU (D.), *op. cit.*, p. 15.
[131] *Ibid.*, p. 103.

1.5. Méthode d'analyse des sites web

« To interpret is to impoverish, to deplete the world — in order to set up a shadow world of "meanings". »
-Susan Sontag[132]*-*

La méthode se déploie à travers une grille d'analyse qui vise à explorer les parcours interprétatifs possibles des destinataires / utilisateurs dans les sites analysés, tout en cherchant à prendre en compte la nature polysémiotique du média et en tenant compte « de la difficulté à offrir des modèles d'explications cohérents et crédibles sur des domaines empiriques aussi mouvants, pour ne pas dire changeants, que le sont les sites internet »[133].

1.5.1. Grille sémio-pragmatique

La grille d'analyse employée dans cette étude est essentiellement réalisée sur la base des théories de MEUNIER et PERAYA, d'Andrea SEMPRINI et de BOLTANSKI et THÉVENOT. La grille a été adaptée au cours de la recherche à un corpus web et comprend des aménagements supplémentaires réalisés au cours des différentes analyses. Trente-et-un sites ont fait l'objet d'une analyse. La grille doit se concevoir comme un guide permettant d'explorer le site en n'excluant pas les allers-retours entre différentes sections et qui permet de noter les observations dans chacune des parties de la grille en parallèle, de se focaliser sur des éléments déterminants et de conserver un même schéma de lecture type. La spécificité de ce travail d'analyse est qu'il repose sur une analyse du discours avec une identification des parcours de sens possibles et non pas d'une analyse de parcours d'interprétation de lecteurs spécifiques, mais plutôt d'un « lecteur modèle » dont la représentation est inscrite dans le contenu étudié.

La grille se subdivise en six parties principales que sont : les aspects discursifs, les valeurs et visions du monde, les aspects iconiques et l'identité visuelle, l'articulation texte-image et

[132] SONTAG (S.), *Against Interpretation and Other Essays*, New York, Farrar Straus & Giroux, 2001, p. 7.
[133] ROUQUETTE (S.), *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cyberesp@ce*, Bruxelles, De Boeck, 2009, p. 9

l'interactivité et la multimédiatisation. Car, « l'analyse d'un site internet implique d'étudier les images, les textes, les sons, les parcours de lecture et la relation entre tous les éléments proposés »[134].

1.5.1.1. Aspects discursifs

La partie consacrée aux aspects discursifs vise à relever en premier lieu les thématiques présentes sur le site, c'est-à-dire quels sont les fils conducteurs dans le discours. Le thème désigne « l'unité sémantique d'un texte »[135], autrement dit poser la question du thème d'un texte revient à se demander « de quoi cela parle ? ». La partie énonciation vise à déceler si le destinateur marque sa présence dans le dispositif, de quels pronoms personnels il est fait usage, s'il existe plusieurs destinateurs, si ceux-ci s'identifient explicitement. Ensuite, l'image de l'énonciateur est analysée : marque-t-il son point de vue ? Présente-t-il des caractéristiques spécifiques ? etc. Puis, est recherchée la place attribuée au destinataire et s'il est explicitement identifié, quelles sont ses caractéristiques. Sur ce point, la partie consacrée aux questions fréquemment posées, celle consacrée au recrutement et les langues proposées peuvent s'avérer éclairantes. Enfin, la question se pose de savoir s'il y a une réelle relation entre l'énonciateur et l'énonciataire. À ce sujet, les interpellations de l'utilisateur sont éclairantes, mais également les dispositifs interactifs mis en place sur le site.

Par ailleurs, en complément à l'étude de l'énonciation, l'autodésignation est également relevante. Celle-ci se définit comme étant « l'ensemble des procédés par lesquels le locuteur se désigne lui-même, en tant qu'individu ou en tant que membre d'une collectivité »[136] et peut se manifester, notamment, par l'utilisation de pronoms personnels tels que « nous » ou « on », par exemple. Le « nous » présente l'organisation comme un corps unique et harmonieux.[137] Le

[134] ROUQUETTE (S.), *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cyberesp@ce*, Bruxelles, De Boeck, 2009, p. 10.
[135] MAINGUENEAU (D.), *op. cit.*, p. 125.
[136] MAINGUENEAU (D.), *op. cit.*, p. 20.
[137] CATELLANI (A.), *Un apport sémiotique aux approches critiques de la communication. Notes sémio-rhétoriques sur le discours environnementaliste et sur la critique on-line du greenwashing*, art. cit., p. 207.

« nous » peut être de deux types : inclusif, qui inclut le destinataire dans l'ensemble désigné, ou exclusif, qui exclut le destinataire de cet ensemble.

L'analyse de la dimension argumentative du discours contribue également à mettre en évidence les aspects du discours qui relèvent de « l'image que [le destinateur] projette de lui-même dans son discours, et qui contribue puissamment à assurer sa crédibilité et son autorité »[138] et de la désignation du destinataire « en creux par les croyances, les opinions, les valeurs que le discours lui attribue explicitement ou implicitement »[139]. Il y est également détaillé comment le destinateur agit sur le destinataire et cherche à le convaincre et à le persuader car « le discours cherche toujours à avoir un impact sur son public »[140]. Cependant, il est vrai que « nombreux sont les discours qui n'ont pas de visée argumentative, dans le sens où ils ne véhiculent aucune intention de persuader et n'entendent pas rallier l'allocutaire à une position clairement définie par des stratégies programmées. Cependant, la parole qui n'ambitionne pas de convaincre n'en cherche pas moins à exercer une influence en orientant des façons de voir et de penser »[141].

L'argumentation consiste à « produire chez [le destinataire] des sentiments qui le prédisposent à partager le point de vue de l'orateur. Le sentiment ne sera pas confondu avec son expression […], il sera considéré comme un effet possible que peut susciter une certaine mise en discours auprès d'un certain public, dans une certaine circonstance »[142]. Cette analyse n'a pas pour but de présenter les effets de la communication sur les comportements, mais des pistes de réflexion quant aux modalités d'argumentation développées dans les discours des sites étudiés et de mettre en évidence les registres d'argumentation auxquels « l'énonciateur [qui] ne veut pas seulement faire passer un message, le transmettre, mais [qui] veut convaincre l'énonciataire de la validité de celui-ci, le persuader de l'acceptation d'un contenu »[143] fait appel.

---

[138] AMOSSY (R.), *L'argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin, 2010, p. 13.
[139] *Ibid.*, p. 47.
[140] *Ibid.*, p. 5.
[141] AMOSSY (R.), *Argumentation et Analyse du discours : perspectives théoriques et découpages disciplinaires*, dans *Argumentation et Analyse du Discours*, n°1, [En ligne], 2008, p. 2.
[142] CHARAUDEAU (P.), *Pathos et discours politique*, dans RINN (M.), sous la dir. de, *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2008, p. 50.
[143] TORRES VITOLAS (M.A.), *op. cit.*, p. 39.

En rhétorique, qui se défini comme étant l'« art de persuader »[144], ARISTOTE énumère trois registres de la persuasion que sont le *logos*, l'*ethos* et le *pathos*.[145] Le premier pourrait se définir comme l'argumentation logique, le deuxième comme l'image construite implicitement par le locuteur et consiste donc en « une construction faite par le destinataire à partir des indications données par l'énonciation »[146], et le dernier comme reposant sur la sensibilité de l'auditoire. Une distinction est faite entre ce qui relève du « sentiment » et de l'« émotion » « dans la mesure où [le] [premier] semble davantage [lié] à l'ordre de la morale, alors que la seconde serait plutôt liée à l'ordre du sensible »[147]. Ce sont les effets qualifiés de pathémiques[148] qui relèvent d'arguments destinés à produire des émotions.

L'*ethos* est donc la mise en avant de la vertu de l'orateur, de la légitimité conférée à l'orateur. C'est« une excellence qui n'a pas d'objet propre, mais qui s'attache à la personne, à l'image que l'orateur donne de lui-même, et qui le rend exemplaire aux yeux de l'auditoire, lequel est alors prêt à l'écouter et à le suivre »[149]. Elle est caractérisée par son expertise, sa morale, ce qu'il représente, son autorité. C'est la présentation de soi du destinateur.[150] Il convient, par ailleurs, de distinguer quelque peu l'*ethos* de l'image préalable car celle-ci constitue l'image que le destinataire se fait du destinateur avant la prise de parole (ou la prise de connaissance du discours) et qui est tributaire du rôle et de la qualité du destinateur dans l'espace social.[151]

Si l'*ethos* est « l'image que l'orateur projette de lui-même dans son discours, et qui contribue puissamment à assurer sa crédibilité et son autorité »[152], le *pathos* est « l'émotion que l'orateur cherche à susciter dans son auditoire, car il importe de toucher aussi bien que de

[144] AMOSSY (R.), *Argumentation et Analyse du discours : perspectives théoriques et découpages disciplinaires*, art. cit., p. 2.
[145] MEYER (M.), *La rhétorique*, Paris, Presses Universitaires de France, 2004, coll. « Que sais-je? », p. 7-8.
[146] MAINGUENEAU (D.), *op. cit.*, p. 60.
[147] CHARAUDEAU (P.), *Pathos et discours politique*, dans RINN (M.), sous la dir. de, *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2008, p. 49.
[148] Les effets pathémiques sont des effets relatifs aux passions.
[149] MEYER (M.), *op. cit.*, p. 20-21.
[150] AMOSSY (R.), *L'argumentation dans le discours*, *op. cit.*, p. 9.
[151] *Ibid.*, p. 69-70.
[152] *Ibid.*, p. 13.

convaincre si l'on veut emporter l'adhésion »[153], et relève donc du domaine de l'affect et de ce que l'auditoire éprouve. C'est jouer sur ses valeurs et sur les passions.[154]

L'argumentation présente deux aspects : « convaincre » qui s'adresse aux facultés intellectuelles, tandis que « persuader » s'adresse au cœur.[155] Afin d'agir sur le destinataire, le destinateur fait appel à la fois à la logique, à la séduction et doit se présenter comme étant crédible et fiable. Les réactions émotionnelles peuvent avoir un rôle facilitateur de la persuasion et accroître l'attention du destinataire (message érotique, humour, par exemple), mais elles peuvent aussi interférer et nuire à l'acceptation du message.[156] Le modèle de Yale de la persuasion consiste en « deux processus : un processus de réception de l'information et un processus d'acceptation ou de rejet à partir de l'information ainsi reçue »[157]. Mais ce modèle est bien entendu incomplet puisque la persuasion suppose aussi un décodage, une compréhension du message, de l'attirance, de la conviction et se fonde pour partie sur la notoriété du destinateur.

Il est évident que la plupart des communications écrites se caractérisent par un récepteur absent et non-loquent, c'est-à-dire que le destinataire ne prend pas part activement à l'échange. Cependant, le public constitue une pièce d'importance dans le déploiement du dispositif argumentatif. Le destinateur s'attache donc à créer une communion autour de valeurs et à s'adapter à son public. Car pour remporter l'adhésion du destinataire, il importe de se baser sur des opinions dominantes et des points d'accord : la *doxa*.[158] Le destinataire apparaît dans le discours comme étant une construction du destinateur. Ce dernier élabore, dans le discours, « une image de l'auditoire dans laquelle celui-ci voudra se reconnaître. Il tente d'infléchir des opinions et des conduites en lui tendant un miroir dans lequel il prendra plaisir à se contempler »[159].

[153] AMOSSY (R.), *L'argumentation dans le discours*, *op. cit.*, p. 13.
[154] MEYER (M.), *op. cit.*, p. 24-26.
[155] AMOSSY (R.), *L'argumentation dans le discours*, *op. cit.*, p. 158.
[156] KAPFERER (J.-N.), *Les chemins de la persuasion. Le mode d'influence des médias et de la publicité sur les comportements*, Paris, Gauthier-Villars, 1978, p. 69.
[157] *Ibid.*, p. 47.
[158] AMOSSY (R.), *L'argumentation dans le discours*, *op. cit.*, p. 16-17 et 40.
[159] *Ibid.*, p. 59.

Dans l'analyse, différents aspects relatifs aux trois registres de la persuasion peuvent être identifiés. En effet, *l'ethos* se manifeste notamment lorsque la qualité et les valeurs d'un personnage sont mises en scènes de manière à assurer sa crédibilité et son autorité. C'est le cas, par exemple, lorsque le site web nous présente le directeur de l'organisme (avec drapeau national et costume ou uniforme, comme atributs). Le *logos* se traduit dans la dimension factuelle du discours ou lorsque des éléments concrets sont avancés pour convaincre le destinataire à travers un message clair. Par exemple, les références légales ou la présentation des procédures de travail s'aparentent à un tel registre. Enfin, le *pathos* est constitué le plus souvent des éléments du discours qui suppose d'entraîner la sympathie de l'utilisateur ou de susciter chez lui des émotions, tel que c'est le cas lorsque le message intègre des valeurs et croyances supposées partagées. Les témoignages d'employés qui favorisent une identification du destinataire à travers la narration ou l'aspect patriotique du discours sont de ce troisième registre.

1.5.1.2. Valeurs, vision du monde et mondes possibles

> *« Une société compétitive célèbre ses héros, une société hiérarchique ses patriarches, une secte ses martyrs. »*
> *-Mary Douglas[160]-*

L'analyse des valeurs et de la vision du monde repose sur les théories d'Andrea SEMPRINI, les mondes possibles, et d'Umberto ECO et de la logique formelle. Un monde possible se défini comme étant « un monde, avec sa capacité d'établir une logique de référence et une détermination du réel. Mais il est possible dans la mesure où son apparition et son affirmation se sont faites dans un contexte de négociation et de conflit avec d'autres possibilités »[161]. À la suite de cette définition, il est utile de garder à l'esprit qu'« un monde possible est un ensemble complet de façons dont le monde aurait pu être »[162]. L'analyse des valeurs est complétée par les théories de BOLTANSKI et THÉVENOT qui ne sont pas à proprement parler sémiotiques mais sociologiques et auxquelles la

[160] DOUGLAS (M.), *Comment pensent les institutions*, *op. cit.*, p. 95.
[161] SEMPRINI (A.), *Répétition, réalité, mondes possibles*, dans *Protée*, vol. 38 n°2, [En ligne], 2010, p.81.
[162] MURZILLI (N.), *De l'usage des mondes possibles en théorie de la fiction*, dans *Klesis*, n°24, 2012, p. 330.

sémiotique peut se connecter pour proposer des analyses textuelles. L'analyse permet de mettre en évidence différentes séquences d'argumentation qui font appel à des valeurs qu'il est possible de replacer dans les différents mondes. Selon BOLTANSKI et THÉVENOT, il existe six mondes et une « Cité par projets ». Le « Monde domestique »[163] repose sur les principes de tradition et de hiérarchie et sur l'idéal de communauté inspiré des valeurs traditionnelles familiales. Le « Monde marchand »[164] renvoie aux principes de possession et de valeurs monétaires et repose sur les références faites aux marchés. Le « Monde industriel »[165] fait référence à l'efficacité productive et au principe d'efficacité. Le « Monde civique »[166] trouve son fondement dans la loi et le bien commun. Le « Monde de l'opinion »[167] est le monde de la réputation et de la reconnaissance des autres. Le « Monde inspiré »[168] se « manifeste par des émotions et des passions et est vécu comme dévorant, enrichissant, enthousiasmant, exaltant, fascinant, inquiétant, etc. »[169]. La « Cité par projets »[170], enfin, se manifeste dans un monde connexionniste, et est née d'une « réponse à la crise du capitalisme vécue depuis le début des années 1980, crise qui correspond à l'épuisement des modes de production fordistes dans les sociétés occidentales industrialisées. […] La cité par projets ne s'appuie pas sur des textes de philosophie politique, mais plutôt sur des textes de management des années 1990 destinés aux cadres d'entreprises »[171] et dont les valeurs principales sont la manifestation du dynamisme et l'engagement libre dans l'action en relation avec d'autres.

L'utilisation qui est faite de la théorie de BOLTANSKI et THÉVENOT permet de rendre compte des valeurs mobilisées (aspect éthique) dans la dynamique discursive de la construction identitaire des institutions étudiées, valeurs dans lesquelles le sujet trouve à se définir.[172] En effet,

[163] BOLTANSKI (L.) et THÉVENOT (L.), *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991, p. 206-222.
[164] *Ibid.*, p. 241-252.
[165] *Ibid.*, p. 252-262.
[166] *Ibid.*, p. 231-241.
[167] *Ibid.*, p. 222-230.
[168] *Ibid.*, p. 200-206.
[169] *Ibid.*, p. 201.
[170] JETTÉ (Ch.), *Une interprétation de l'économie des grandeurs. Cité par projets : ferment pour un nouvel esprit du capitalisme*, dans *Cahiers du CRISES*, n°ET0107, Centre de recherche sur les innovations sociales, Coll. Études théoriques, 2001.
[171] *Ibid.*, p. 32.
[172] DONDERO (M. G.), *Pour une approche sémiotique des pratiques* éthiques, dans *Protée*, vol. 36, n°2, [En ligne], 2008, p. 8.

l'organisation peut être vue comme un dispositif éthique créateur de mondes de références, c'est-à-dire « un système cohérent de renvois et de projections, à savoir un monde possible, avec ses personnages, ses valeurs, ses règles et ses activités »[173]. Il est donc manifeste que les catégories mobilisées par les théories sociologiques des « Mondes et des Cités » peut s'inscrire dans « une approche sémiotique de la question éthique [pour] proposer des modèles de la construction et de l'articulation des valeurs pour un sujet »[174], en vue de cerner les mondes possibles qui permettent d'articuler monde discursif et monde réel. La méthode permet de cette manière de s'intéresser à cette « relation symbolique où le sujet individuel ou collectif met en jeu son image, son identité et ses valeurs »[175].

La dynamique mise en place dans le discours éthique comporte une part importante de construction identitaire présentée par le locuteur (ou destinateur) à travers son expérience racontée. Ainsi, « […] le sujet ne se caractérise plus seulement comme une position syntaxique à l'intérieur d'une narration clôturée, mais il est analysé en tant que subjectivité pleine en train de se constituer et de s'interroger sur elle-même »[176]. Le sujet est ici une organisation - un service de renseignement - dont l'existence se conçoit à travers les individus qui la composent, ses actions et sa structure propre. Il est donc possible de résumer cette construction identitaire de façon schématique comme étant l'œuvre d'un sujet poursuivant un résultat, à travers des actes posés autour desquels est construit un discours, en fonction de son horizon stratégique.[177]

Les indicateurs choisis reposent essentielement sur les champs lexicaux élaborés à partir des descriptions des différents mondes de BOLTANSKI et THÉVENOT dans leur ouvrage *De la justification*.[178] L'analyse met en évidence un ensemble de catégories synthaxiques qui regroupent chacunes des signes liés par leurs corrélations sémantiques. Par exemple, le mot « loi » est explicitement relié au monde civique. Pour ce qui concerne les aspects iconiques, l'analyse a procédé de la même manière en catégorisant les signes visuels suivant les mondes. Un même signe

[173] SEMPRINI (A.), sous la dir. de, *Analyser la communication 2. Comment analyser la communication dans son contexte socioculturel*, Paris, l'Harmattan, 2007, p. 24.
[174] PANIER (L.), *Une posture éthique en deça des valeurs ?*, dans *Protée*, Vol. 36, n°2, [En ligne], 2008, p. 11.
[175] BOUTAUD (J.J.), *Sémiotique et communication : un malentendu qui a bien tourné*, dans *Hermès*, n°38, 2004, p. 97.
[176] DONDERO (M.G.), art. cit., p. 5.
[177] *Ibid.*, p. 5-8.
[178] BOLTANSKI (L.) et THÉVENOT (L.), *op. cit.*, p. 200-262.

peut se rapporter à plusieurs champs lexicaux et apartenir à plusieurs mondes. Le sens usuel du signe (sens dénoté) est pris en considération, mais également son contexte et les références culturelles qui y sont associées (sens connoté). Cette classification en champs lexicaux permet de déterminer quels sont les mondes mobilisés dans la justification des destinateurs étudiés. Cela permet de caractériser les mondes possibles mobilisés par les différents sites web étudiés.

1.5.1.3. Aspects iconiques et identité visuelle

La section de la grille qui vise à traiter des aspects iconiques et de l'identité visuelle est, pour partie, une transposition de la méthode dite à trois niveaux d'Erwin PANOFSKY qui consiste à réaliser une analyse pré-iconographique (description des objets, des formes), une analyse iconographique (identification des sujets) et, enfin, une analyse iconologique (signification de l'objet en contexte).[179] Cette méthode est utilisée en iconographie et est développée, notamment, par Laurent GERVEREAU qui a formalisé une méthode d'analyse des images selon une grille en trois étapes.[180] C'est cette grille qui est utilisée dans la présente recherche pour traiter les aspects iconiques et plastiques des sites web analysés.

Si la méthode de PANOFSKY est davantage portée vers l'analyse stylistique et la mise en relation avec le temps d'une œuvre, la méthode sémiotique permet d'aborder les images sous l'angle de leur signification, c'est-à-dire la manière dont elles produisent du sens. En effet, « si l'image est perçue comme *représentation*, cela veut dire que l'image est perçue comme *signe* »[181]. Une image produit une ressemblance, une analogie avec quelque chose : c'est une représentation qui provoque une interprétation de la part de celui qui la perçoit.[182] Il y a donc une relation entre *signifiant*, *signifié* et un référent.

[179] RIEBER (A.), *Art, histoire et signification. Un essai d'épistémologie d'histoire de l'art autour de l'iconologie d'Erwin Panofsky*, Paris, L'Harmattan, 2012, p. 11.
[180] GERVEREAU (L.), *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris, Éditions La Découverte, 2004.
[181] JOLY (M.), *Introduction à l'analyse de l'image*, Paris, Armand Colin, 2009, p. 31.
[182] *Ibid.*, p. 22, 30 et 31.

En analysant les emblèmes/logos, les signatures institutionnelles (car souvent liées aux logos) et les images, il est possible d'identifier des réseaux de signification métonymiques ou métaphoriques. Cette partie permet aussi de compléter les données consacrées aux rapports pouvant exister entre le texte et l'image (les relais et les ancrages, par exemple[183]). Les emblèmes et logotypes sont éminemment liés à l'héritage historique des institutions, « dans la mesure où les symboles ne peuvent se séparer de leur histoire propre. Ils sont *leur* sens et *l'histoire de leur sens* »[184]. C'est la raison pour laquelle l'analyse des emblèmes tient une place importante dans la présente recherche.

Étant donné qu'il n'existe pas de méthode absolue pour l'analyse de l'image, des choix ont été faits afin de servir au mieux les objectifs de la présente recherche. Ainsi, les *signifiant*s présents dans les messages ont été répertoriés et mis en relation avec leurs *signifié*s. L'analyse des aspects iconiques et plastiques se réalise suivant trois étapes : description, étude du contexte et interprétation. Au niveau descriptif, l'accent est mis sur les rapports entre le texte et l'image, les thématiques et les symboles. L'aspect contextuel consiste à interroger le processus de production et de création de l'image : qui en est l'auteur, quel est son rapport avec son environnement social et historique. Enfin, l'interprétation consiste à dégager différentes interprétations probables de sa réception par le destinataire et confine donc au champ des hypothèses. Chercher à déceler la signification d'une image ne revient bien entendu pas à chercher l'intention de l'auteur. Il s'agit d'en révéler les significations produites dans un contexte actualisé.[185] Le sens premier et l'éventuel légendage, ainsi qu'une interprétation suggérée sont considérés dans cette dernière étape d'analyse.[186]

Par commodité, il a été décidé de désigner les « manifestations visuelles » répertoriées sur les différents sites analysés comme étant des « images ».[187] Il ne sera donc nullement question

[183] « La fonction de relais se réalise lorsque image et parole sont dans un rapport de complémentarité, apportant chacune leur part au sens global du message. [...] La fonction d'ancrage […] se trouve mise en rapport avec le caractère polysémique de l'image » et c'est le texte qui ancre le sens en combattant cette polysémie. (MEUNIER (J.-P.) et PERAYA (D.), *op. cit.*, p. 199).
[184] GERVEREAU (L.), *op. cit.*, p. 107.
[185] JOLY (M.), *Introduction à l'analyse de l'image*, Paris, Armand Colin, 2009, p. 35-36.
[186] GERVEREAU (L.), *op. cit.*, p. 36-91.
[187] JOLY (M.), *L'image et les signes*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 33 et 43

d'entrer dans une démarche de catégorisation des différentes manifestations visuelles, à l'instar de PEIRCE qui considère l'image comme étant une sous-catégorie de l'icône, au même titre que le diagramme et la métaphore.[188]

L'analyse des aspects visuels des sites web porte majoritairement sur les photographies et les images numériques, qu'elles soient figuratives ou non. Les vidéos qui, de par leur nature, pourraient être analysées au même titre que les images, n'ont fait l'objet que d'une mention dans les contenus médiatiques divers et n'ont donc pas été prises en compte.[189]

Enfin, ce travail s'est attaché à étudier également les éléments plastiques, à savoir : les formes, les couleurs, les compositions, les textures et la spatialité.[190] Ceci se justifie amplement par le simple fait que l'« interaction mise en place entre les éléments plastiques et les éléments iconiques de l'image est déterminante dans la production de la signification globale du message visuel »[191]. Cette interaction peut se concevoir comme intervenant au niveau de l'expression (plastique) et du contenu (iconique).[192] L'interprétation de ces éléments est bien entendu culturelle et il n'en existe aucun sens absolu. Il est cependant possible d'en observer les usages et de traiter de leur interprétation dans leur contexte de communication.

1.5.1.4. Interactivité et multimédiatisation

Enfin, la dernière section est consacrée aux autres médias, mais ne constitue qu'une note en marge de la recherche car ce contenu n'est pas analysé en détail. Ces contenus sont majoritairement des vidéos ou des documents téléchargeables. Parfois, il y a également des médias interactifs, tels que des jeux pour les enfants ou des visites interactives de certains lieux.

---

[188] JOLY (M.), *L'image et les signes*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 42-44.
[189] Pour des raisons de volume du corpus et de temps d'analyse.
[190] JOLY (M.), *L'image et les signes*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 120-122.
[191] *Ibid.*, p. 143.
[192] EDELINE (Fr.), KLINKENBERG (J.-M) et MINGUET (Ph.), *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image*, Paris, Éditions du Seuil, 1992, p. 57.

Il est donc nécessaire de définir ce que recouvre l'interactivité. Certains théoriciens distinguent l'interactivité de l'interaction par le critère d'exclusion des relations entre humains et machines : l'interactivité ne serait que technique[193]. La présente recherche reprend pour partie la définition de PERAYA qui affirme que « la relation entre interlocuteurs – non co-présents – [ressort] de l'interaction »[194] et celle de JULIA qui définit le « dispositif interactif » comme « susceptible d'être le siège d'une interaction avec l'homme ; l'« interactivité » mentionn[e] la qualité d'un tel dispositif »[195]. L'interactivité est l'accomplissement de tâches par l'intermédiaire d'une interface. Cette notion repose notamment sur la notion de choix : le destinateur peut choisir son cheminement. Par ailleurs, l'interface interactive peut simuler une interaction.[196] Les sites web étudiés sont donc, par essence, interactifs. Ils sont également généralement multimédias, puisqu'ils reposent bien souvent sur l'utilisation conjointe de plusieurs types de médias (image et écriture, au minimum).

1.5.2. Analyse de contenu

La méthode envisagée présente un aspect « analyse de contenu », dans sa mise en œuvre. Ce type d'analyse diffère de l'analyse du discours en ce sens que cette dernière permet davantage de cerner comment est formulée la production verbale, tandis que la première s'intéresse à ce dont il est question dans cette même production, les thèmes.[197] Cet appareil méthodologique vient en complément de l'analyse sémio-pragmatique et se déploie de manière concomitante à cette dernière. « Il n'entre pas dans son champ de compétence d'évaluer les effets d'une parole sur les cibles de la communication ou sur les publics récepteurs des messages »[198].

La définition d'une telle analyse est l'« ensemble de techniques d'analyse des communications utilisant des procédures systématiques et objectives de description du contenu des

[193] JULIA (J.-Th.), *Interactivité, modes d'emploi. Réflexions préliminaires à la notion de document interactif*, dans *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2003/3 Vol. 40, 2003, p. 206.
[194] PERAYA (D.), *Internet, un nouveau dispositif de médiation des savoirs et des comportements*, Actes des Journées d'études « Éduquer aux médias à l'heure du multimédia », 8 et 9 décembre 1999, Bruxelles, Conseil de l'éducation aux médias, 2000.
[195] JULIA (J.-Th.), art. cit., p. 206.
[196] JULIA (J.-Th.), art. cit., p. 209.
[197] KRIEG-PLANQUE (A.), *op. cit.*, p. 42-45.
[198] *Ibid.*, p. 38.

messages. […] L'intérêt ne réside pas dans la description des contenus mais dans ce que ceux-ci, une fois traités (par classification par exemple), pourront nous apprendre concernant *d'autres choses* ».[199] C'est une méthode qualitative qui porte, pour la présente recherche, sur tout élément porteur de signification dans le corpus étudié, que ce soit des messages écrits, iconiques ou autres. « Elle porte tant sur les contenus que sur les contenants, tant sur les signifiants que sur les signifiés. Cette méthode permet, en outre, de mener des recherches sur ce qui est absent des messages »[200].

La recherche a introduit également une brève analyse actancielle des discours des services de renseignement, en se référant au schéma actanciel de GREIMAS qui repose sur le principe d'une analyse des actions suivant six composants appelés rôles actanciels ou actants. Cet appareil méthodologique permet de mettre en évidence le fait qu'« un discours n'est jamais pure description. Il s'organise autour d'un enjeu, il valorise certains modes d'être ou de faire en vue d'une finalité »[201]. Dans ce schéma, un sujet est en quête d'un objet et se trouve confronté à des opposants qui cherchent à empêcher la réalisation de cette quête tandis que les adjuvants ont pour rôle d'aider le sujet. La réalisation de cette quête se fait au bénéfice d'un destinataire et est commanditée par un destinateur. Ce modèle se retrouve dans tous les dicours. Un actant peut-être tant un personnage humain, qu'un objet ou un être moral et c'est sa relation aux autres actants qui le défini.[202]

Cette recherche rend compte, à travers une analyse de contenu, l'exploitation du corpus et l'interprétation des résultats, des informations implicites déduites à partir des sites étudiés. Ainsi, il est possible de mettre en évidence les éventuelles caractéristiques récurrentes des sites web et les stratégies de communication sous-jacentes.[203]

[199] BARDIN (L.), *L'analyse de contenu*, Paris, 1993, p. 42-43.
[200] BARDIN (L.), *op. cit.*, p. 38-39 ; DE BONVILLE (J.), *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*, Bruxelles, De Boeck, 2000, p. 15-23.
[201] REMY (J.) et RUQUOY (D.), sous la dir. de, *Méthodes d'analyse de contenu et sociologie*, Bruxelles, Facultés universitaires Saint-Louis, 1990, p. 102.
[202] *Ibid.*, p. 103-107.
[203] BARDIN (L.), *op. cit.*, p. 125-133.

1.5.3. Entretiens exploratoires

Une autre méthodologie complémentaire consiste en une série d'entretiens exploratoires dont le but « est l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production (ou éventuellement de réception), à l'aide d'indicateurs (quantitatifs ou non) »[204]. Ces données permettent de compléter les observations menées sur les sites web par une meilleure compréhension du contexte de production des sites, en les mettant en relation avec l'analyse du corpus principal.

Étant donné qu'il n'existe que très peu d'études sur la communication des services de renseignement et qu'il semblait intéressant d'obtenir le point de vue des institutions concernées quant à leur propre communication, différents intervenants ont été sollicités afin de répondre à quelques questions sur le sujet. Compte tenu du nombre d'institutions sollicitées et du nombre de réponses reçues, l'expérience a révélé que peu de ces institutions étaient disposées à participer à une recherche externe sur le sujet. Ainsi, aucun des services russes contactés n'a répondu. La NSA n'a pas souhaité répondre aux questions. La CIA a déclaré transmettre les questions à son « Office of Public Affairs », sans garantir de réponse. Et, en effet, malgré les multiples relances, aucune réponse n'a été fournie. Les services britanniques n'ont pas souhaité répondre aux questions. Le BIS, le SZRU, le SSA, l'UZSI et nombre d'autres services consultés n'ont pas donné suite.

Au final, plusieurs entretiens exploratoires ont été menés à ce stade de la recherche, dont deux pour compléter l'analyse actuelle des deux sites de services russes : un premier avec les journalistes d'investigation et experts en services de sécurité russes Andreï SOLDATOV et Irina BOROGAN et un second avec l'écrivain et ancien diplomate russe Vladimir FEDOROVSKI.

Nicolas WUEST-FAMOSE de la DGSE (France) a répondu favorablement à la demande d'entretien, ainsi que le Directeur adjoint du Service de Renseignement de l'État (Luxembourg), plusieurs employés du SGRS (Belgique), Guy RAPAILLE du Comité R (Belgique), le *Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica* (Italie) et la Sûreté de l'État (Belgique).

[204] BARDIN (L.), *op. cit.*, p. 42-43.

Les modalités d'entretiens sont variables :

- Andreï SOLDATOV et Irina BOROGAN (journalistes – Russie) : questionnaire traduit en russe et réponse écrite traduite du russe en français ;
- Vladimir FEDOROVSKI (ancien diplomate – Russie) : interview téléphonique en français ;
- Nicolas WUEST-FAMOSE (DGSE – France) : interview téléphonique en français ;
- SRE - Luxembourg : questionnaire et réponse écrite en français ;
- SGRS : questionnaire et réponse écrite en français et en néerlandais, avec traduction du néerlandais au français ;
- Guy RAPAILLE (Comité R – Belgique) : interview de vive voix en français ;
- *Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica* - Italie : questionnaire traduit en italien et réponse écrite et traduite de l'italien au français ;
- VSSE - Belgique : interview de vive voix en français.

Le sens de ces entretiens exploratoires est de permettre une meilleure appréhension des visions, idées et stratégies des sites analysés, par un éclairage de spécialistes de la question. Idéalement, ces interviews permettent une exploration du lieu de production et de se placer dans un contexte qui n'est pas celui de la réception, mais celui de la production.

Au terme de cette première partie, il a été vu que la méthode sémio-pragmatique semble adéquate pour répondre à la problématique envisagée, puisqu'elle permet de dégager les significations potentielles d'un discours institutionnel, en envisageant l'interprétation du sens et des signes et leur contexte de production. La dimension pragmatique de la méthodologie porte sur la construction de sens par un public et sur les interprétations possibles. L'appareil méthodologique a été replacé dans un cadre de réflexion plus global, de manière à mettre en évidence la manière dont la méthode s'inscrit dans une posture épistémologique à la fois constructiviste et poststructuraliste. Par ailleurs, cette partie met en perspective le domaine couvert par la présente analyse comme faisant partie intégrante des champs de la communication organisationnelle, de la communication institutionnelle et de la communication web, dont les caractéristiques et aspects

principaux ont été soulignés, de manière à présenter les contraintes et les conventions qui pèsent sur ce type de contenu médiatique, afin d'en faciliter la compréhension dans la partie consacrée à l'analyse. La grille sémio-pragmatique utilisée dans cette recherche a fait l'objet d'un développement spécifique visant à établir les théories mobilisées dans cet appareil méthodologique constitué des théories de MEUNIER et PERAYA, d'Andrea SEMPRINI et de BOLTANSKI et THÉVENOT. Elle doit se concevoir comme un guide permettant d'explorer les différents sites constituant le corpus, de manière à mettre en évidence les significations potentielles des discours étudiés à travers les aspects discursifs, les valeurs et visions du monde, les aspects iconiques et interactifs. Ceci permet de démontrer dans la présente recherche l'existence d'une récurrence de modèles dans les sites web étudiés, de manière à saisir quelle(s) image(s) les services de renseignement tendent à promouvoir par le biais de leurs sites internet.

Points clés

- Quelle image ?
- Existe-t-il un modèle de site web unique ?
- Une communication institutionnelle ?
- Analyser les « mondes possibles »
- Une méthode basée sur la sémio-pragmatique
- Des méthodes complémentaires : l'analyse de contenu et les entretiens exploratoires

DEUXIÈME PARTIE : CADRE CONTEXTUEL

Lignes directrices générales

Cette partie contextuelle propose de déterminer les caractéristiques d'un service de renseignement, d'en formuler une définition et d'en présenter un très bref historique. Puis, il est expliqué comment le secret participe au fonctionnement de ces organismes, ce qu'il en est du cadre légal et de la culture du renseignement. Dans un second temps, plusieurs aspects de la communication dans ce secteur d'activité sont détaillés, de manière à les illustrer dans la partie empirique.

« L'Union européenne est devenue un système très développé d'ingérence mutuelle dans les affaires intérieures des pays membres auquel rien n'échappe, pas même la bière et les saucisses. »[205]
- Robert Cooper-

La problématique communication / renseignement est intéressante à plusieurs titres. Dans un premier temps, elle couvre la politique de communication institutionnelle[206] des organisations actives dans le domaine du renseignement. C'est ce sujet qui est traité ici. Dans un second temps, cette problématique couvre aussi les différents liens entre information et renseignement. Il s'agit du traitement de l'information pour produire du renseignement, de la maîtrise des canaux de communication ou encore des stratégies d'influence, de désinformation, voire d'intoxication. Le renseignement est donc un vaste champ de recherche pour les spécialistes de l'information et de la communication dans lequel ces différents sujets s'entrelacent à différents niveaux et où il est important de garder à l'esprit les implications multiples que peuvent avoir les démarches visant à agir sur les flux de communication.

[205] COOPER (R.), *État postmoderne ou État de marché ?,* dans *Le Débat*, n°126, Paris, Gallimard, 2004, p. 143.
[206] C'est à-dire, l'ensemble des activités de communication qui visent à promouvoir l'image d'une organisation vis-à-vis de ses parties prenantes.

Afin de replacer la problématique étudiée dans un contexte global et de comprendre les raisons qui amènent les services de renseignement à communiquer, il est nécessaire de se placer dans une perspective socio-économique et politique plus large puisqu'« un acte de discours ne peut être jugé hors de ses conditions de production, en l'occurrence de la situation de communication dans laquelle se trouvent pris les partenaires d'un échange langagier »[207]. Dans la partie précédente, la situation de communication a été expliquée. Dans celle qui suit, ce sont les conditions de production dans un sens très large qui sont abordées. À cette fin, il apparaît utile de commencer cette contextualisation en rappelant que « la ressource à partir de laquelle se construit l'économie postmoderne du XXI[e] siècle est l'information. La médiatisation avancée des espaces publicitaires redéfinit les modalités d'accès et de contrôle du pouvoir, la mondialisation des flux communicationnels et la rapidité avec laquelle les opinions publiques internationales peuvent intervenir dans un débat public transforment aussi les relations entre les États et les équilibres dans les échanges internationaux »[208]. La prise en compte de l'opinion publique dans la gestion des risques liés aux questions de sécurité et, donc, de renseignement au sens large, est un enjeu supposant la mise en place de stratégies globales de communication permettant aux services de fonctionner dans un système démocratique, de façon efficace.[209]

Ces stratégies de communication s'inscrivent dans un contexte géopolitique qu'il est convenu d'appeler la postmodernité. Sans entrer dans les détails des querelles qui animent le domaine des théories politiques, différents auteurs ont traité de la fin du modèle d'État-nation (c'est-à-dire un modèle d'État construit à partir du XIX[e] siècle sur la base d'une adhésion identitaire nationale) comme étant survenu dans la seconde moitié du XX[e] siècle après que deux guerres mondiales ont achevé de rendre le nationalisme intolérable. Le modèle théorique d'État qui succède à l'État-nation est baptisé différemment suivant les auteurs, mais cette thèse retiendra la dénomination d'« État postmoderne ». Ce modèle définit l'État comme étant caractérisé par un effacement de la distinction entre les affaires intérieures et extérieures, une ingérence mutuelle,

[207] CHARAUDEAU (P.), *Quand l'argumentation n'est que visée persuasive. L'exemple du discours politique*, dans BURGER (M.) et MARTEL (G.), *Argumentation et communication dans les médias*, Québec, Éditions Nota Bene, 2005, coll. « Langue et pratiques discursives », p. 23.
[208] SEMPRINI (A.), sous la dir. de, *Analyser la communication 2. Comment analyser la communication dans son contexte socioculturel*, Paris, l'Harmattan, 2007, p. 23.
[209] DENÉCÉ (E.), *Les défis du renseignement moderne*, dans *Les cahiers du CESA*, n°16, Armées, 2006, p. 8.

une volonté de résoudre les conflits par d'autres moyens que la force, une atténuation de la notion de frontières, une sécurité fondée sur l'interdépendance et l'ouverture réciproque.[210]

En plus des caractéristiques citées ci-avant, cet État postmoderne produit de l'idéologie, se veut moralisateur et tend à changer les comportements des citoyens à travers certaines campagnes médiatiques.[211] Les citoyens, d'autre part, se regroupent en collectivités « dans l'intention de se transformer en acteurs politiques pouvant peser sinon sur les mesures législative du moins, en aval, sur les mesures de mise en œuvre »[212]. Il est vrai que depuis la fin des années 90, soumis aux intérêts économiques et confrontés à la multiplication des acteurs décisionnels, les exécutifs nationaux semblent avoir de moins en moins prise sur l'action publique. Cette vision de l'action étatique doit cependant être tempérée du fait qu'il est difficile de réduire l'État à un modèle unique.[213]

Par ailleurs, à la fin du XX^{e} siècle, « la recherche de la puissance internationale, par tous les moyens, est toujours à l'ordre du jour et derrière la mondialisation se joue la hiérarchisation des divers États »[214]. Il n'est donc pas rare de voir le pouvoir régalien se réaffirmer, notamment à l'occasion des attaques terroristes, ce qui « semble confirmer la thèse d'un pouvoir politique potentiel, susceptible d'apparaître à tout moment sans que l'État puisse désormais le contrôler complètement »[215]. Le contexte politique actuel n'est donc pas si explicite qu'il soit possible de le réduire à un ensemble de « co-constructeurs » de la décision, comme il est parfois avancé lorsqu'il est question de « la fin de l'État et [du] début d'une postmodernité faite de gouvernance, c'est-à-dire de mécanismes de coopération politique échappant et à la hiérarchie et aux marchés, faits de négociations et de contrats entre partenaires »[216].

[210] COOPER (R.), art. cit., p. 143-144.
[211] ROUBAN (L.), *Les paradoxes de l'État postmoderne*, dans *Cités*, n°18, Paris, Presses Universitaires de France, 2004, p. 20.
[212] *Ibid.*, p. 21
[213] *Ibid.*, p. 13-16.
[214] *Ibid.*, p. 17.
[215] *Ibid.*, p. 22
[216] *Ibid.*, p. 11.

Il est pourtant illusoire de penser que, face à la dilution des pouvoirs de l'État dans de multiples institutions, l'augmentation des contre-pouvoirs privés (médiatiques, associatifs, etc.) et la crise de la représentation politique perçue comme non-agissante[217], la force comme ressource politique ait disparu. En effet, « la violence physique n'a pas été remplacée par la coopération, la négociation, le compromis, mais, de même que la force est classiquement euphémisée, démultipliée, diffusée dans les entrelacs idéologiques qui s'énoncent comme justice, sécurité, liberté, dans les sociétés civiles internes, à l'échelle de la société globale la force est elle-même euphémisée, démultipliée, diffusée à travers le compromis, le droit-de-l'hommisme, la coopération »[218].

« L'évolution du monde a renforcé l'importance du renseignement, un monde dans lequel les menaces nouvelles sont plus difficiles à appréhender car provenant d'acteurs plus diversifiés, étatiques et non étatiques »[219]. Alors, en définitive, face à ce nouveau *Léviathan* mondial et tentaculaire[220], caractérisé par une diversification des rapports de force (économiques, militaires, informationnels, etc.), dont un des visages est celui de la gouvernance et de la coopération non-hiérachisée, la question à poser n'est-elle pas de savoir si la communication de services de renseignement n'apparaît pas comme un symptôme de ces évolutions sociétales ?

[217] COHENDET (M.-A.), *Une crise de la représentation politique ?*, dans *Cités*, n°18, Paris, Presses Universitaires de France, 2004, p. 41-61.
[218] LIOGIER (R.), *Vers le familialisme global. La famille mondiale après l'État-nation*, dans *Cités*, n°18, Paris, Presses Universitaires de France, 2004, p. 37.
[219] BAJOLET (B.), *Communiquer pour expliquer et pour rassurer*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 110.
[220] LIOGIER (R.), art. cit., p. 37.

2.1. Renseignement, secret et espionnage

> *« Le tout, voyez-vous, est de ne pas confondre espionnage et renseignement. Le renseignement est une nécessité militaire que nous pratiquons. L'espionnage est une action vile que les autres mènent chez nous. Le renseignement, si vous préférez, c'est aussi quand on ne se fait pas prendre. »*
> *-Henri J. Garapon*[221]*-*

En guise de préambule à sa recherche d'une définition du terme « renseignement », Michael WARNER pose cette question : « sans une idée claire de ce qu'est le renseignement, comment pouvons-nous développer une théorie pour expliquer comment cela fonctionne »[222] ? Dans cette partie, la définition de ce qu'est le renseignement sera donnée. Puis, il sera fait la distinction entre service secret et service de renseignement. Enfin, après une courte contextualisation historique et légale, les rapports entre secret et renseignement et la notion de culture du renseignement seront abordés.

Le terme « renseignement » apparaît dans le dictionnaire, en 1932. « Dès lors, la substitution du renseignement à l'espionnage, est une innovation sémantique qui a révélé autant la neutralisation d'une éthique que l'institutionnalisation d'une pratique »[223]. En anglais, « renseignement » est désigné sous le vocable d'« intelligence », « dont l'origine latine *intellegere* signifie discerner, comprendre, entendre, saisir ».[224] Le mot renseignement recouvre à la fois, « le fait établi et l'information qui en est l'indice, le processus de connaissance, la doctrine intellectuelle, la branche de l'art de la guerre et l'institution qui les produit »[225].

---

[221] GARAPON (H.), *Vagabondages très spéciaux. Souvenirs d'un agent secret*, Paris, Les Éditions du Scorpion, 1956, p. 13.
[222] WARNER (M.), *Wanted : A definition of « Intelligence »*, dans *Studies in Intelligence*, Vol. 46, No. 3, [En ligne], 2002, p. 15.
[223] DEWERPE (A.), *La République a-t-elle besoin d'espions ?*, dans BARUCH (M.O.) et DUCLERT (V.), sous la dir. de, *Serviteurs de l'État. Une histoire politique de l'administration française (1875-1945)*, Paris, Éditions La Découverte, 2000, coll. « Espace de l'histoire », p. 142.
[224] BEAU (Fr.), art. cit., p. 162.
[225] DEWERPE (A.), *op. cit.*, p. 148.

Les tentatives de définition du terme « renseignement » sont nombreuses et la plupart d'entre elles sont soit inexactes, soit incomplètes. Le besoin de renseignement est fondé, à l'origine, sur la nécessaire identification d'éventuelles menaces, puis sur l'exigence d'augmenter la compréhension de certaines thématiques dans le cadre du déploiement de politiques publiques. Il apparaît donc comme une aide aux décideurs politiques.[226]

Certaines lois qui encadrent le fonctionnement des services utilisent le terme sans l'avoir défini au préalable, à l'instar de la loi organique du 30 novembre 1998 des services de renseignement et de sécurité (Belgique). Dans cette loi, l'article 7 précise que « la Sûreté de l'État a pour mission de rechercher, d'analyser et de traiter le renseignement relatif à toute activité qui menace ou pourrait menacer la sûreté intérieure de l'État et la pérennité de l'ordre démocratique et constitutionnel […] ». En France, l'article L. 811-2, indique que « les services spécialisés de renseignement […] ont pour missions, en France et à l'étranger, la recherche, la collecte, l'exploitation et la mise à disposition du Gouvernement des renseignements relatifs aux enjeux géopolitiques et stratégiques ainsi qu'aux menaces et aux risques susceptibles d'affecter la vie de la Nation. Ils contribuent à la connaissance et à l'anticipation de ces enjeux ainsi qu'à la prévention et à l'entrave de ces risques et de ces menaces ». Aux États-Unis, le texte fondateur de la CIA, le « National Security Act » de 1947 ne donne aucune définition du renseignement. En Russie, l'article 2 de la loi fédérale n°5 du 10 janvier 1996 relative au renseignement extérieur défini le renseignement comme étant l'obtention et le traitement d'informations relatives aux intérêts vitaux de la Fédération de Russie pour aider dans la mise en œuvre de mesures destinées à assurer la sécurité de la Fédération de Russie. Sur base de ces différents textes, il semble raisonnable d'affirmer que le renseignement est la recherche, la collecte, l'analyse et le traitement d'informations exploitées en vue d'être mises à disposition d'un tiers, pour améliorer la connaissance de certains domaines et favoriser l'anticipation d'éventuelles menaces. L'information, quant à elle, est une « matière essentiellement intangible, vivante, qui évolue sans

[226] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *Renseigner les démocraties, renseigner en démocratie*, Paris, Odile Jacob, 2015, p. 15, p. 24.

cesse. Elle est polysémique, c'est-à-dire que chacun y trouve un sens différent en fonction de ses préoccupations. Une information n'existe pas *a priori* et n'a pas de valeur par elle-même »[227].

Dans un article publié dans la revue de la CIA *Studies in intelligence*, Michael WARNER cite une dizaine de tentatives de définition du terme « intelligence ». Parmi ces définitions, il reprend une de celles proposées par la CIA : « reduced to its simplest terms, intelligence is knowledge and foreknowledge of the world around us - the prelude to decision and action by […] policymakers »[228]. Cette définition insiste donc sur l'apport de connaissances permettant aux décideurs politiques de prendre des décisions.

Une autre définition proposée voit le renseignement comme étant une « information évaluée et exploitée ayant passé le cycle du renseignement et prête à être livrée à un client »[229]. Même si ce fameux cycle du renseignement est au cœur des activités des services, cette définition apparaît comme étant quelque peu simpliste. Michael WARNER, dans sa proposition de définition, insiste sur l'aspect étatique et secret : « Intelligence is secret, state activity to understand or influence foreign entities »[230]. Tous ces éléments ont une certaine importance, mais cela ne reflète qu'une vision parcellaire du renseignement.

La définition du renseignement est difficile à appréhender car il n'en existe pas qui soit communément acceptée. Le renseignement est donc non seulement un processus d'information et de connaissance, mais c'est également un adjuvant de la décision, dans le sens où il est produit dans le but de fournir une aide aux décideurs politiques dans des matières liées, bien souvent, aux affaires étrangères ou à la sécurité nationale.[231] La définition retenue dans cette recherche est la suivante : « le renseignement est toujours le résultat d'une démarche : questions posées + recherche des éléments de réponse + structuration de la réponse + livraison commanditaire. […] Un renseignement est un produit fini, élaboré afin de répondre à une demande exprimée. Il est le

[227] DENÉCÉ (E.), *Le nouveau contexte des échanges et ses règles cachées. Information, stratégie et guerre économique*, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 162.
[228] WARNER (M.), art. cit., p. 16.
[229] BAUD (J.), *Encyclopédie du renseignement et des services secrets*, Paris, Lavauzelle, 2002, p.558.
[230] WARNER (M.), art. cit., p. 21.
[231] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 15 et p. 18.

résultat de la synthèse des informations recherchées, validées et interprétées, quelle que soit leur origine, secrète ou non ».[232]

L'essence du renseignement est donc l'exploitation de différentes sources d'information, c'est-à-dire la recherche, d'une part, et l'exploitation, d'autre part.[233] Le « cycle du renseignement » comprend traditionnellement quatre étapes : l'orientation, la collecte, l'analyse et la diffusion.[234] À chaque étape interviennent différents spécialistes qui assurent le traitement des informations pour « produire du renseignement ». Pour compléter cette assertion, il est utile de rappeler que le renseignement est « une fonction de recherche d'information utile à la décision pour l'action dans l'incertitude »[235], puisqu'elle permet l'aide à la décision tant en temps de guerre, qu'en temps de paix, « fondé[e] sur l'impérieuse nécessité de savoir pour agir »[236]. C'est ainsi que les services sont soit davantage tournés vers des fonctions de renseignement militaire, d'autre dévolus à des missions de renseignement civil. Comme le résume Francis BEAU, « la fonction renseignement est un processus d'exploitation qui, à partir de connaissances acquises auprès de différentes sources qu'elle oriente a pour finalité de délivrer à un client les savoirs utiles à la décision en environnement incertain ou opaque ».[237]

Si la fonction de renseignement existe depuis l'Antiquité, au point qu'il y est parfois fait allusion en tant que « deuxième plus vieux métier du monde », ce n'est qu'au XX^{e} siècle que le renseignement se professionnalise et acquiert des moyens importants pour sa mise en œuvre.[238] Mais le renseignement est toujours porteur de son héritage historique et culturel, comme cela sera davantage expliqué dans le partie « historique » et celle consacrée à la « culture du renseignement ». C'est la raison pour laquelle, dans certains pays, il porte encore à l'heure actuelle le « stigmate éminent de la méfiance qu'éprouvent les gouvernants à l'égard des gouvernés »[239].

[232] DENÉCÉ (E.), *Les services secrets. Tout comprendre*, Paris, Éditions E/P/A, 2008, p. 14-17.
[233] BEAU (Fr.), art. cit., p. 162.
[234] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 30-32.
[235] BEAU (Fr.), art. cit., p. 163.
[236] *Ibid.*, p. 164.
[237] *Ibid.*, p. 166.
[238] DENÉCÉ (E.) et ARBOIT (G.), *Histoire mondiale de l'espionnage*, Rennes, Éditions Ouest-France, 2010, p. 53.
[239] HAYEZ (Ph.), *L'effet Snowden. Les politiques du renseignement dans les démocraties*, dans *Le Débat*, n°181, Gallimard, [En ligne], 2014, p. 95.

Cependant, si le renseignement suscite parfois suspicion et défiance, la fonction « s'est nourrie de l'aversion croissante de tous pour l'emploi de la force brute, sur les plans intérieur et extérieur. Le renseignement n'a cependant pas abandonné pour autant sa caractéristique ontologique qui est d'être secret, ses résultats, ses sources et ses méthodes devant faire l'objet d'une protection particulière »[240].

2.1.1. Service de renseignement ou service secret ?

« L'habituel défaut de l'homme est de ne pas prévoir l'orage par beau temps. »
-Niccolò Machiavelli-

Les services de renseignement sont parfois désignés sous le vocable de services secrets. Un service véritablement qualifié de « service secret » est un service inconnu de l'administration et du citoyen. [241] Ce type de service n'est donc pas reconnu par le pays qui l'emploie et ne dispose évidemment pas de site internet. Cette désignation sous la terminologie de « service secret », quelque peu inexacte, relève du fait qu'il est vrai que « la notion de secret […] semble très souvent indissociable de celle de renseignement »[242]. En réalité, les services étudiés ne sont plus totalement secrets depuis bien longtemps, mais le secret demeure une composante importante de leur fonctionnement et s'applique aussi bien à leur organisation, qu'à la nature de leurs activités. Le secret est nécessaire, particulièrement en environnement hostile, et permet la protection des personnes (personnel, sources, etc.), de dissimuler les capacités et incapacités à d'éventuels adversaires. [243] Afin d'avoir un ordre de grandeur, il semble que le nombre exact d'agences de renseignement dans le monde ne soit pas connu, mais une étude de 2009 en a recensé 246.[244]

[240] HAYEZ (Ph.), art. cit., p. 95.
[241] DENÉCÉ (E.), *Les services secrets. Tout comprendre*, Paris, Éditions E/P/A, 2008, p. 20-23.
[242] BEAU (Fr.), art. cit., p. 163.
[243] ANGIBAULT (J.-L.), *Du renseignement à l'intelligence stratégique*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 93.
[244] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 39.

Une autre inexactitude consiste à considérer que les services de renseignement se livrent uniquement à des activités d'espionnage, « l'espionnage [étant] un moyen de recueil exerçant une activité de recherche de renseignements à l'aide de capteurs ayant la particularité d'opérer dans la clandestinité »[245]. L'action clandestine permet de favoriser le recueil d'information dans des zones difficilement accessibles et de proposer des alternatives à la diplomatie. Ces activités vont, selon l'échelle de la clandestinité de Loch K. JOHNSON, de l'observation depuis une ambassade aux livraisons d'armes, en passant par les financements de groupes, l'assassinat ou encore les coups d'États.[246] Les services de renseignement ont, en réalité, un large panel de méthodes clandestines ou non, légales ou non, à leur disposition.[247] Dans les activités de recherche ou de collecte, il existe des méthodes ouvertes, clandestines, directes et indirecte. Il est convenu de distinguer différentes catégories de renseignements suivant leur origine, chacune offrant des avantages et des inconvénients dans leur mise en œuvre. Sans viser l'exhaustivité dans la présentation de ces méthodes, il est intéressant d'en offrir un aperçu afin de comprendre plus précisément les activités des institutions étudiées.

Les méthodes sont présentées sur certains sites web des services qui n'hésitent pas à en fournir une explication succincte (voir Figure 1). Le renseignement d'origine humaine (HUMINT)[248] consiste, le plus souvent, à recruter une source humaine qui livre des informations à son officier traitant (OT). C'est la « catégorie de renseignements tirée de l'information collectée et fournie par des sources humaines »[249]. Dans ce cas de figure, la notion de manipulation revêt une importance capitale puisque c'est sur cette notion que se fonde la relation entre l'OT et sa source. En effet, l'officier traitant joue sur différentes motivations pour inciter une personne à lui fournir les informations recherchées. Le modèle MICE[250], bien que simpliste, offre un aperçu des différents leviers que l'OT peut mettre en œuvre pour recruter et traiter une source humaine. La recherche humaine présente d'autres modes d'activités tels que la reconnaissance, la surveillance,

[245] BEAU (Fr.), art. cit., p. 167.
[246] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 12, p. 73 et p. 160-161.
[247] Avec la particularité qu'une méthode peut-être légale pour le service, mais violer la légalité du pays contre lequel s'exerce cette méthode.
[248] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 74-82.
[249] BAUD (J.), *op. cit.*, p.361-363.
[250] Money, Ideology, Compromission & Ego.

les effractions et intrusions et les interrogatoires. Le HUMINT demeure essentiel malgré les innovations techniques, mais présente des risques non négligeables tant pour l'OT que pour la source, des possibilités de manipulations de la part de la source et soulève un certain nombre de questions éthiques.[251]

[251] DENÉCÉ (E.), *Renseignement et contre-espionnage. Actions clandestines, technologies, services secrets*, Paris, Hachette Pratique, 2008, p. 62-79.

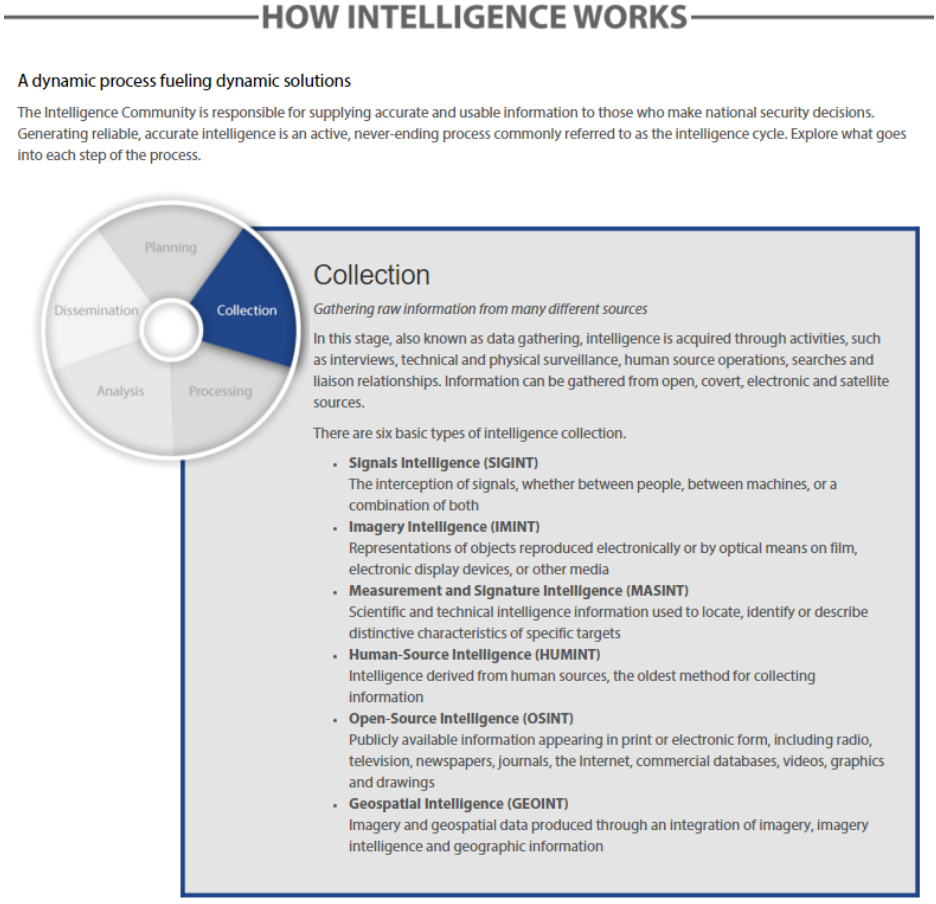

Figure 1 : USIC - How intelligence works[252]

Le renseignement d'origine technique présente une large variété de modes, dont les deux plus connus sont le SIGINT (*signal intelligence*) et l'IMINT (*imagery intelligence*). Ce type de renseignement est donc obtenu via des interceptions (qui peuvent donne lieu à des écoutes, par exemple) ou par l'intermédiaire d'images obtenues par satellites, drones, radars, etc. Le

[252] Infographie issue du site web de l'USIC.

renseignement d'origine image couvre donc la reconnaissance aérienne (à l'aide de ballons, d'avions, etc.), la reconnaissance satellite, la reconnaissance par drones etc. En plus de ces deux outils, le renseignement technique compte aussi sur la cryptologie pour décrypter les interceptions ou les données extraites de matériel tel que des ordinateurs, clés USB, téléphones portables, etc. Et il est parfois aussi question de renseignement d'origine informatique comme entrant dans le domaine du renseignement technique. Ce type de méthode offre l'avantage de réduire les risques opérationnels, mais présente des coûts élevés et peu présenter des problèmes de traitement[253].[254]

Une manière de définir plus avant le renseignement est de s'intéresser à l'objet de la recherche d'information, son champ d'activité (voir Figure 2). Celle-ci repose sur la distinction qui était faite entre le renseignement offensif et le renseignement défensif, en même temps que sur la distinction entre renseignement intérieur et extérieur. Étant donné que le renseignement repose sur la représentation d'un adversaire potentiel et que cette notion d'adversaire tend à s'estomper, la distinction entre les champs du renseignement s'estompe également.[255] Il est donc difficile de se limiter à cette seule typologie interne / externe et offensif / défensif pour caractériser les différents organismes étudiés.

[253] En effet, il faut garder à l'esprit que les données extraites ou interceptées doivent, au final, être traitées par du personnel qualifié et que cela suppose d'avoir des capacités temporelles et en ressources humaines suffisantes.
[254] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 87-95.
[255] *Ibid.*, p. 28-30.

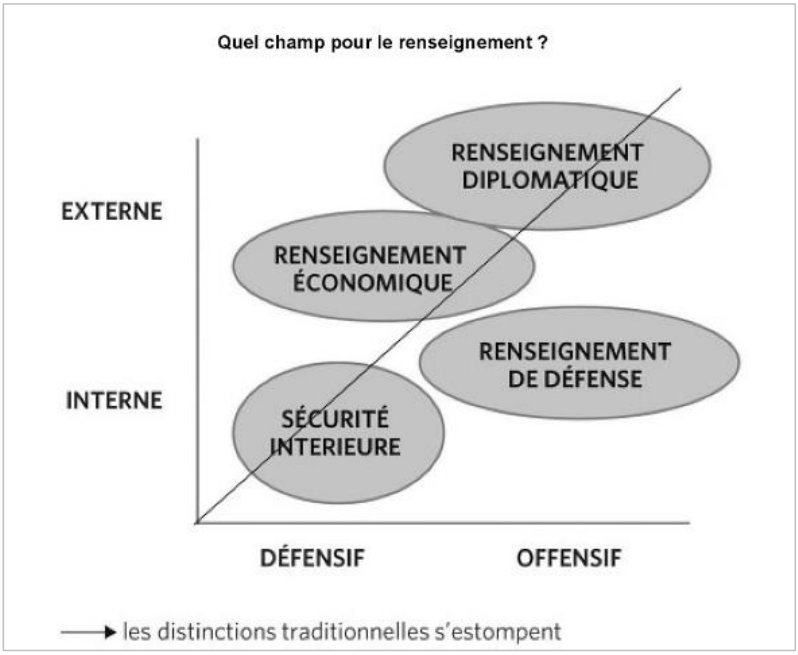

Figure 2 : Quel champ pour le renseignement ?[256]

D'autres caractéristiques permettent d'affiner les distinctions entre les services et de fournir une typologie complémentaire. D'abord, une distinction selon l'objet : certaines agences sont davantage tournées vers la fonction de renseignement, c'est-à-dire la collecte d'information, d'autres davantage vers la sécurité, la protection territoriale. Ensuite, il est possible de distinguer les agences suivant leurs champs de recherches (voir Figure 2), et il apparaît que certaines sont spécialisées et d'autres plutôt généralistes. Le mode de recherche permet de caractériser les services qui sont monomodaux (tel que le GCHQ) et ceux qui sont multimodaux (comme la CIA). Certaines institutions intègrent à la fois les fonctions de recherche et d'analyse, tandis que d'autres non. Et certaines d'entre elles ont vocation à l'action (CIA, DGSE, Mossad) ou non.[257] Enfin, une distinction supplémentaire consiste à les différencier suivant qu'il s'agit de services militaires, c'est-à-dire rattachés aux forces armées, ou civils. Cependant, toutes ces caractéristiques ne sont

[256] Illustration extraite de COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 31.
[257] *Ibid.*, p. 40-41.

pas toujours explicites, ni exclusives les unes par rapport aux autres et ces catégorisations sont parfois difficiles à mettre en œuvre.

Une dernière manière de considérer les services consiste à observer leur modèle d'organisation, avec la même remarque concernant l'ambiguïté de sa mise en œuvre que précédemment. Certaines agences présentent une forte imbrication du sommet de l'État et des services : c'est le modèle intégré (par exemple, Israël et le Royaume-Uni). Plusieurs pays ont adopté un modèle qui comprend une agence de renseignement unique (Corée du Sud ou Espagne, par exemple), c'est le modèle unifié. D'autres pays ont une constellation d'agences rassemblées en une communauté du renseignement unifié, c'est le modèle communautaire. Et pour finir, il existe un modèle très répandu dans les pays démocratiques qui consiste à faire la distinction entre un service dédié au renseignement extérieur et un autre au renseignement intérieur, c'est le modèle dual.[258]

[258] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 42-43.

2.1.2. Historique[259]

> *« Une histoire de guerre véridique n'est jamais morale. Elle n'est pas instructive, elle n'encourage pas à la vertu, elle ne suggère pas de comportement humaniste idéal, elle n'empêche pas les hommes de faire ce qu'ils ont toujours fait. Si une histoire de guerre vous parait morale, n'y croyez pas. Si à la fin d'une histoire de guerre, vous avez l'impression qu'une parcelle de rectitude a été sauvée d'un immense gaspillage, c'est que vous êtes la victime d'un très vieux et horrible mensonge. »*
> *-Tim O'Brien[260]-*

Dans ses *Discours sur la première décade de Tite-Live*, Niccolò MACHIAVELLI paraphrase le général thébain Épaminondas[261] comme suit : « la chose la plus nécessaire et la plus utile à un commandant d'armée [est] de connaître les intentions et les projets de l'ennemi, plus une telle connaissance est difficile à acquérir, plus celui qui en vient à bout mérite d'éloges »[262]. Cette nécessité de percer les projets de l'ennemi est ancienne et les historiens du renseignement n'hésitent pas à qualifier le renseignement de « deuxième plus vieux métier du monde ».

Ce point a pour vocation de parcourir de façon succincte l'histoire du renseignement pour comprendre comment cette histoire façonne nos conceptions de cette discipline. L'autre intérêt de ce point relève du fait que nombre d'organismes présentent leur histoire en guise de légitimation. En effet, le fondement de la légitimité d'une institution sur base de son héritage historique trouve une résonance dans le modèle des ancêtres qui consiste à dire que « quiconque veut justifier ses prétentions doit établir son ascendance, et quiconque veut les contester doit mettre en cause cette

[259] Pour cette partie, une publication de vulgarisation scientifique a notamment été utilisée (VILLIERS (M.), sous la dir. de, *L'espionnage : 4000 ans de manipulations*, dans *Les Cahiers de Science & Vie*, n°161, Paris, Mondadori France, 2016).
[260] O'BRIEN (T.), *A propos de courage*, Paris, Gallmeister, 2011.
[261] Né en 418 ACN et mort en 362, ce général et homme politique thébain s'est illustré dans ses différents combats contre Sparte. En 371, il défait les Spartiates à la bataille de Leuctres, ce qui consacre les débuts de l'hégémonie thébaine qui dure une dizaine d'années.
[262] MACHIAVELLI (N.), *Œuvres complètes de N. Machiavelli. Avec une notice biographique par J.A.C. Buchon. Tome premier. Ouvrages historiques. Ouvrages relatifs à l'art militaire. Ouvrages philosophiques et politiques*, Paris, Auguste Desrez, 1837, p. 573.

généalogie »[263]. C'est pourquoi il semble opportun d'appréhender de manière suffisante cet héritage historique.

Étant donné que cette recherche n'a pas pour vocation de retracer l'histoire de cette discipline, cette partie est nécessairement incomplète et il a été choisi d'opter largement pour un panorama de l'histoire occidentale du renseignement. Cette vision est, d'évidence, relativement européocentriste. Ce point offre également un aperçu de la relation particulière qui existe entre le pouvoir politique et le secret.

2.1.2.1. De l'Antiquité aux Temps Modernes

> *« With 2,000 years of examples behind us we have no excuse, when fighting, for not fighting well. »*
> *-Lettre de T.E. Lawrence à Liddell Hart-*

La pratique d'activités de renseignement remonte au moins à l'Antiquité. Des témoignages attestent de l'existence de corporations d'espions dès le III^e^ millénaire ACN, en Mésopotamie et en Égypte. Les Assyriens soudoient des serviteurs ennemis pour s'en assurer le concours. Des réseaux d'informateurs, les yeux et les oreilles du royaume égyptien, œuvrent pour les pharaons, interceptant notamment des messages ennemis. Les Perses encouragent les désertions dans les armées adverses. Et la *métis*, c'est-à-dire les stratagèmes employés par les Grecs dès le XI^e^ siècle ACN, est une autre forme d'activité relevant de ce domaine. Le Cheval de Troie en est un exemple. Les Romains recourent aussi au renseignement, notamment pendant la conquête des Gaules, malgré le fait que ce type de méthodes passent pour étant quelque peu honteuses. Les *speculatores* (agents infiltrés) et les *exploratores* (officiers de renseignement) romains sont des signes de cette activité, bien qu'il n'existe pas de service centralisé sous la République. Cela démontre que la dimension militaire du renseignement est la plus ancienne.[264] En effet, elle résulte de la nécessité de connaître les intentions et capacités de l'ennemi.[265]

[263] DOUGLAS (M.), *op. cit.*, p. 70.
[264] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 241.
[265] DENÉCÉ (E.) et ARBOIT (G.), *op. cit.*, p. 8-17 et VILLIERS (M.), *op. cit.*, p. 26-40.

Au Moyen Âge, les Vikings emploient éclaireurs et espions dès le IX^e siècle, pour préparer leurs raids. Les Normands utilisent largement des méthodes clandestines dans leur conquête et mettent au point un système de chiffrement pour leur message. Guillaume le Conquérant débarque en Angleterre en 1066 après avoir infiltré des espions dans les ports, la noblesse, l'administration et le clergé. Les Byzantins (395-1453 PCN), préférant l'emploi de méthodes diplomatiques ou secrètes à la confrontation directe, disposent d'un service secret appelé « Bureau des affaires barbares » qui mènent des activités de renseignement dans les contrées voisines de l'empire. Ils disposent, en outre, d'éclaireurs et de groupes de combattants destinés aux opérations dans les territoires ennemis. Ils sont aussi passés maîtres dans l'art de la déception, technique visant à duper l'adversaire par l'entremise de trucages et de fausses informations dans le but de le pousser à agir contre ses propres intérêts. Le général byzantin BÉLISAIRE (500-565 PCN), opposé à l'imposante armée de l'empereur sassanide CHOSROÈS (496-579 PCN), dispose ses troupes et fait allumer de nombreux feux de camps pour tromper les émissaires de l'ennemi sur les effectifs réels de ses armées.[266] À la chute de Constantinople, prise par les Turcs en 1453, des Grecs de Byzance se réfugient en Moscovie et seraient les lointains pères des services secrets russes. Les Byzantins utilisent voyageurs, commerçants et jolies femmes pour leurs activités d'espionnage. Ils prennent parfois des méthodes radicales pour se prémunir de l'espionnage adverse. Pendant la Guerre de Cent Ans (1337-1453), période marquée par une intensification des activités d'espionnage, Edward III d'Angleterre essaye de créer un service de renseignement. En France, les pratiques liées à l'espionnage s'opposent à l'idéal de la chevalerie jusqu'au XVe siècle. Ceci sera la cause de nombreuses défaites sur le plan militaire. Ce n'est que sous Louis XI (1423-1483) que les Français commencent à recourir de façon régulière au renseignement et à la diplomatie secrète. La mise en œuvre de tels procédés entachera durablement la réputation du monarque français auprès de ses contemporains.[267]

Durant les Temps Modernes, Francis WALSINGHAM crée un service de cryptologie en 1569 et s'affirme comme étant le père fondateur des politiques modernes de renseignement en créant un

[266] LIDDELL HART (B. H.), *Stratégie*, Paris, Perrin, 2007, p. 164-165.
[267] DENÉCÉ (E.) et ARBOIT (G.), *op. cit.*, p. 24-28 et VILLIERS (M.), *op. cit.*, p. 42-47 et 58-61.

organe de renseignement cette même année. Né vers 1532, il a notamment été le secrétaire d'État d'Élisabeth I^re^ d'Angleterre (1533-1603).[268] Ses informations ont permis à l'Angleterre de se prémunir en vue de l'arrivée de l'Invincible Armada espagnole. En 1653, CROMWELL met sur pied le « Department of Intelligence ».[269]

En Italie, les riches cités du nord se livrent à une concurrence féroce et l'information du pouvoir est un devoir. Si plusieurs cités sont dotées, dès le XIII^e^ siècle, d'un « Office des Espions », c'est à la fin du XIV^e^ siècle que plusieurs d'entre elles centralisent l'information sous l'égide d'une administration.[270]

Sous Louis XIV (1638-1715), la France se livre à d'importantes activités d'espionnage industriel et arrive notamment à placer une espionne dans le lit de Charles II d'Angleterre, ce qui sert grandement les buts politiques du Roi Soleil. Au même moment, la France se dote d'espions destinés à favoriser la sécurité intérieure et celles de la Police : les mouches. Cela qui contribue à donner une image néfaste du renseignement en France. En 1746, Louis XV crée le « Secret du Roi »[271], sorte d'ancêtre des services secrets français, qui emploie de nombreux agents, tels que des diplomates, des marchands ou encore des membres du clergé, en vue de collecter des informations sur l'ensemble du continent, voire du monde. En effet, les activités de cette administration s'étendent jusque à la Pologne, la Suède et même jusqu'à Constantinople. Parmi les membres du « Secret du Roi », le plus célèbre d'entre eux est sans conteste Charles DE BEAUMONT, le chevalier d'Éon (1728-1810), un aristocrate qui n'hésite pas à se travestir pour assurer le succès de ses missions. De nombreuses personnes se livrent alors à des activités d'espionnage et il est même demandé à Voltaire de fournir des renseignements sur Frédéric II de Prusse, en 1742.[272]

Le XVIII^e^ siècle est une période riche en espionnage, particulièrement en espionnage économique, du fait de la première révolution industrielle au cours de laquelle les grandes puissances de l'époque se livrent à une concurrence acharnée et emploient des espions afin de

[268] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 59.
[269] *Ibid.*, p. 59-60.
[270] VILLIERS (M.), *op. cit.*, p. 42-47.
[271] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 60.
[272] DENÉCÉ (E.) et ARBOIT (G.), *op. cit.*, p. 30-35.

maintenir leurs avantages techniques et de s'accaparer de nouvelles technologies civiles. Ce type d'espionnage perdure au cours du XIX^e siècle et même jusqu'à nos jours. Le renseignement est davantage tourné vers l'intérieur pendant la Révolution française et sert d'instrument de lutte contre les réseaux contre-révolutionnaires. En 1797, Charles Maurice DE TALLEYRAND (1754-1838) crée un service secret. Napoléon a recours à des réseaux d'informateurs en vue de ses campagnes militaires. Fouché, quant à lui, se charge de la sécurité intérieure entre 1799 et 1810, déjouant de nombreux complots et entretenant des réseaux à l'étranger.[273]

Les révolutions du XIX^e siècle poussent à l'institutionnalisation de l'espionnage. C'est à partir de 1850 que circulent en Europe des espions accrédités qui ont pour rôle d'observer et de récolter des informations, et vers 1860 des réseaux permanents apparaissent. L'Allemagne crée une institution de renseignement en 1865, sous l'impulsion d'Otto VON BISMARCK (1815-1898). Au Royaume-Uni, de nombreux archéologues sont employés comme espions par le département de topographie des statistiques créé en 1855 À la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e siècle, les premiers textes législatifs relatifs à l'espionnage apparaissent, et la France en donne une définition en 1886.[274] Quelques années plus tard, en 1894, les Renseignement Généraux sont créés, en France.[275] . Le renseignement y est confié à la police et non plus à l'armée, après le scandale de l'affaire DREYFUS (1894-1899).[276]

2.1.2.2. Les guerres mondiales

En 1909, les MI5 et MI6, pour Military Intelligence Section 5 et Section 6, sont créés face à l'imminence de la menace allemande.[277] Dès 1914, le renseignement connaît une grande mutation et un développement considérable des services. Cette période voit le développement de communication clandestine par pigeon voyageur et le déploiement d'agents derrière les lignes ennemies. Au même moment, Lawrence d'Arabie mène une guerre de guérilla contre les Ottomans

[273] DENÉCÉ (E.) et ARBOIT (G.), *op. cit.*, p. 36-45.
[274] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 67.
[275] *Ibid.*, p. 60.
[276] *Ibid.*, p. 46-50.
[277] *Ibid.*, p. 64.

au Moyen-Orient. Les progrès réalisés en matière de transmissions radiographiques et télégraphiques permettent le développement de la cryptographie militaire, en raison de la nécessité de protéger ses propres communications. En 1915, Edith CAVELL est la première espionne fusillée pour haute trahison, par les Allemands. À la tête d'un réseau de 66 agents, elle soignait clandestinement des soldats avant de les exfiltrer vers un pays neutre. Le 15 octobre 1917, Margaretha Geertruida ZELLE, dite « Mata Hari », est exécuté pour intelligence avec l'ennemi. Cette exécution symbolique valorise le contre-espionnage français.[278] En 1918, les britanniques créent la Government Code and Ciffer School. Celui-ci deviendra le GCHQ en 1948.[279]

Le renseignement fait l'objet d'un désintérêt général lors de l'entre-deux-guerres, à l'exception de l'Allemagne et de la Russie qui continuent à le développer. Au cours de la seconde guerre mondiale, les renseignements servent à anticiper l'activité ennemie, à neutraliser les agents adverses, à leurrer l'ennemi ou à soutenir la résistance. En Allemagne, l'*Abwehr* est le service de renseignement de l'armée, et le RSHA, le service de sécurité du Reich qui regroupe la SD et la Gestapo. *Abwehr* et RSHA connurent de nombreux conflits entre eux. Le premier est dirigé par l'Amiral Wilhelm CANARIS et le second par Reinhard HEYDRICH (jusqu'en 1942). Au sein du RSHA, la Sicherheitsdienst (SD)[280] est le service de renseignement de la SS. Walter SCHELLENBERG en dirige l'Amt VI SD-Ausland, le service en charge de l'espionnage à l'étranger, puis en 1943 et 1944, il dirige le contre-espionnage. Il participe activement à l'affaire TOUKHATCHEVSKI[281] et est également connu pour avoir œuvré à la mise en place d'une maison close connue sous le nom de « Salon Kitty », un lieu fréquenté par les hauts dignitaires nazis (dont Reinhard HEYDRICH, Joseph DIETRICH, et Joseph GOEBBELS, par exemple) et de nombreux officiers. L'endroit est sous surveillance et de nombreux micros permettent de construire des dossiers sur chaque client et sur les éventuels comploteurs qui visitent l'endroit. La SD met au point le projet de kidnapping du duc et de la duchesse de Windsor alors en résidence à Lisbonne, au Portugal, et le démantèlement de l'Orchestre Rouge. Ce dernier est un réseau de citoyens allemands de la haute société opposé au régime nazi et qui œuvrent pour les services soviétiques.

[278] DENÉCÉ (E.) et ARBOIT (G.), *op. cit.*, p. 54-60 et VILLIERS (M.), *op. cit.*, p. 50-51.
[279] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 65.
[280] En français, « service de sécurité ».
[281] Cette affaire avait pour but de faire disparaître le Maréchal Mikhaïl Toukhatchevski, favorable à une guerre préventive à l'encontre de l'Allemagne. Staline voulait également le faire disparaître en raison du danger qu'il représentait du fait de sa popularité. Le Maréchal a été exécuté en 1937 sur base de documents falsifiés.

Figure 3 : Tweet du compte officiel de Bletchley Park, aujourd'hui musée dédié à l'informatique et à la cryptographie

Du côté allié, le SIS britannique est appuyé par l'OSS et de nombreux autres services européens pour contrer la menace nazie. Au Royaume-Uni, le code de la machine à chiffrer *Enigma* est cassé à *Bletchley Park* par Alan TURING qui invente la machine *Colossus* à cette fin.[282] Il s'agit

[282] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 62.

d'une victoire majeure pour le renseignement allié, permettant d'intercepter et de décrypter les communications secrètes des Allemands, notamment pour diriger leur flotte de sous-marins, les U-Boat.

Les services soviétiques ont connu d'importants renforcements de leurs moyens à la fin de la seconde guerre mondiale, afin de subtiliser des technologies militaires au bloc occidental, en vue de préparer une potentielle invasion militaire. Le NKVD, ancêtre du KGB, s'est illustré pendant les années 30 en infiltrant la société britannique avec les fameux « cinq de Cambridge ». Un de ces espions était le responsable du contre-espionnage britannique chargé de démasquer les espions soviétiques. Les membres de ce réseau ne sont identifiées que tardivement : l'un d'entre eux gagne Moscou en 1963, un autre est démasqué en 1979 et il faut attendre 1990 pour que le cinquième homme soit identifié.

Le conflit est émaillé d'opérations spéciales, de sabotages et d'infiltrations. Cela complique parfois la tâche des services de renseignement lorsque cela a un impact sur le niveau de sécurité de certains secteurs ou objectifs. Berlin est au lendemain de la seconde guerre mondiale un vaste terrain de jeux pour les espions soviétiques et occidentaux qui tentent de mettre la main sur de nombreux scientifiques nazis et sur les technologies développées par le III^{e} Reich.

2.1.2.3. La guerre froide

La période de la guerre froide est considérée parfois comme étant l'« âge d'or de la guerre secrète », une époque qui connaît une véritable guerre des espions durant l'affrontement entre le bloc communiste et les puissances occidentales. Les activités des espions soviétiques permettent à l'URSS de dérober d'importants secrets technologiques aux Américains et de se doter de la puissance nucléaire. Dans ce cadre, des procès retentissants pour espionnage ont lieu aux États-Unis, notamment la condamnation à mort des époux ROSENBERG et leur exécution par les États-Unis en 1953. Le KGB est créé en 1954, et se substitue au MVD, complétant la tradition du renseignement soviétique qui remonte à la *Tcheka*, la police secrète soviétique créée en 1917.[283]

La CIA est créée en 1947 et succède à l'OSS qui a œuvré pendant la seconde guerre mondiale et a été démantelée en 1945. L'Agence est impliquée dans plusieurs coups d'État en Amérique latine et en Afrique. Elle participe notamment à la préparation du débarquement de la Baie des Cochons, à Cuba, en 1961, qui se solde par un échec. La CIA est active dans de nombreuses régions du monde, à cette époque, telles que le Nicaragua, le Laos, l'Afghanistan, le Chili, etc. La CIA a recours, dès 1946, à une compagnie aérienne baptisée *Air America* qui a toutes les caractéristiques d'une compagnie aérienne civile, et qui permet à l'Agence d'opérer en Asie du Sud-Est et durant toute la guerre du Vietnam.[284]

En Israël, face à la menace d'une invasion militaire et du terrorisme, trois organismes de renseignement sont créés en 1948 : l'*Aman*, le *Shin Beth* et le renseignement étranger. Le Mossad est créé en 1949 et marque le début de l'histoire du renseignement israélien. Les activités des services de l'État hébreu concourent au succès de la Guerre des Six Jours, en 1967. Les occidentaux confrontés aux difficultés de pénétrer en Union soviétique développent des moyens techniques de renseignement, tels que des aéronefs conçus pour opérer à haute altitude, tels que les U-2 et SR-71 *Blackbird*. En 1960, un de ces appareils U-2 est abattu au-dessus de l'URSS et son pilote est fait prisonnier. Ces aéronefs permettent aux États-Unis d'obtenir d'excellents résultats en matière de reconnaissance aérienne, notamment de rapporter l'installation de missiles soviétiques à Cuba, en

[283] DENÉCÉ (E.) et ARBOIT (G.), *op. cit.*, p. 77-99.
[284] *Loc. cit.* et DANINOS (Fr.), *CIA. Une histoire politique de 1947 à nos jours*, Paris, Éditions Tallandier, 2011, p. 139.

1962. Dans les années 70, les satellites militaires d'observation permettent de compléter les méthodes de renseignement d'origine image. Le GCHQ (1946) et la NSA (1952) se livrent à des interceptions des communications. Les Américains piratent notamment un câble sous-marin de communication soviétique, en 1971. Ce système est actif pendant 10 ans avant d'être détruit.[285]

2.1.2.4. De la fin de la guerre froide à nos jours

En Russie, « depuis Ivan le Terrible, les services secrets ont joué un rôle essentiel dans la politique russe »[286]. La disparition du KGB, à la fin de la guerre froide, ne signifie pas la disparition des services de renseignement étatiques, même si leur structure a considérablement changé. Si le GRU, le service de renseignement militaire a été épargné et est toujours en activité aujourd'hui, le FSB et le SVR sont tous deux des organismes de renseignement nés à la fin de la guerre froide, des cendres du KGB. D'un service unique, l'État russe a, aujourd'hui, à sa disposition plusieurs agences qui ont chacune des prérogatives spécifiques, déterminées de façon légale. Parmi les multiples organismes existant, le FSB est en charge des activités de renseignement intérieur et le SVR des activités de collecte de renseignement à l'étranger, principalement. Cette nouvelle organisation des services, c'est-à-dire la répartition des prérogatives et le rattachement des nouveaux organes de renseignement à des ministères différents, offre l'avantage d'un meilleur contrôle et est, par ailleurs, la structure retenue ordinairement dans les États démocratiques. La nouvelle structure des services se rapproche donc davantage du modèle occidental.

À l'époque soviétique, le caractère totalitaire du KGB l'amène à accorder une grande importance à la chasse aux espions, mission dévolue alors au deuxième directorat du KGB, tandis que la lutte contre les dissidents politiques se justifiait pour garder le contrôle de la population. Aujourd'hui, le FSB, dans sa quête d'accroissement d'influence et du budget qui lui est alloué, s'affirme comme acteur majeur dans le contre-espionnage en luttant contre « la vente au détail de la Patrie »[287]. Si les agents du FSB et, par extension ceux du SVR, se considèrent comme les

[285] DENÉCÉ (E.) et ARBOIT (G.), *op. cit.*, p. 77-99.
[286] COLONNA (A.), *Les nouveaux espions du Kremlin*, dans *Outre-Terre*, n°19, Paris, Glyphe, [En ligne], 2007, p. 112.
[287] SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), *Les héritiers du KGB. Enquête sur les nouveaux boyards*, Paris, François Bourin, 2011, p. 71.

héritiers du KGB, ils se considèrent aussi comme les héritiers de l'*Okhrana*, la police secrète tsariste. Les services de renseignement russes perpétuent la tradition de la période soviétique en attribuant des propriétés à ses meilleurs officiers. Ainsi, la « route des Tsars », la *Roubliovka* compte un nombre important de propriétés appartenant au FSB, devenu un très riche propriétaire foncier.[288] Face à cet appareil d'État d'apparence tentaculaire, l'intérêt de la population pour les questions de renseignement, à l'exception de certains journalistes, semble secondaire : « En général, la société russe moderne n'est que légèrement préoccupée par les problèmes des services secrets, parce que presque personne ne peut faire face au FSB et à leurs activités dans la vie quotidienne »[289].

Il pourrait être tentant de voir dans les nouveaux services de renseignement russes, une résurgence de la *Tchéka* ou du KGB, toutefois les missions et les méthodes ont évolués. Il est estimé que « l'activité extérieure de la communauté du renseignement russe a, aujourd'hui, […] atteint des niveaux équivalents à celui des années 70 »[290], soit un degré analogue à celui d'une période qualifiée comme étant un « âge d'or de l'espionnage ». À travers certaines déclarations des dirigeants russes, tel que Vladimir « POUTINE [qui] fait désormais référence à la disparition de l'URSS comme à une *tragédie nationale d'immense proportion* »[291], les ambitions russes sur le plan international peuvent être clairement interprétées comme étant une volonté de renouer avec la puissance passée de la Russie. Ressusciter l'appareil d'État du renseignement, aussi révéré que craint, qu'était le KGB, pour le faire entrer dans une nouvelle phase de son histoire, apparaît comme un moyen de redonner à la Russie un instrument puissant pour occuper une place d'importance sur la scène internationale. Avec POUTINE, un nouveau bras de fer avec l'Occident s'engage. Les opérations à l'étranger du SVR sont relancées[292]. Les manœuvres politiques pour renouer avec la puissance passée de la Russie se succèdent. Ainsi, la Révolution orange ukrainienne de 2004,

[288] SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), *op. cit.*, p.13 et p. 110.
[289] Entretien avec SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), Journalistes d'investigation et experts en services de sécurité russes, 17 février 2013.
[290] COLONNA (A.), *op. cit.*, p. 101.
[291] SMITH (J.), *La relation OTAN/Russie : moment de vérité ou déjà vu ?*, dans *Politique étrangère*, vol. 73 n°4, Paris, I.F.R.I./Armand Colin, 2008, p. 766.
[292] KOZOVOĬ (A.), *Les services secrets russes. Des tsars à Poutine*, Paris, Tallandier 2010, p. 324-325.

l'élargissement de l'OTAN, le conflit syrien sont autant d'occasions de passes d'armes diplomatiques entre la Russie et les puissances occidentales.

Différentes affaires médiatisées, telles que la prise d'otages de la Doubrovka (2002), celle de Beslan (2004), l'assassinat d'Alexandre LITVINENKO (2006), de la journaliste Anna POLITOVSKAIA (2006), les attentats de Moscou (2010), celui de l'aéroport Domodedovo (2011) et même le suicide de Boris BEREZOVSKI[293] (2013) ou l'assassinat de Boris NEMTSOV laissent place à toutes les suppositions les plus invraisemblables sur le rôle réel joué par les services russes et certains anciens *tchékistes* autour de ces événements[294]. La présentation de ces affaires dans les journaux européens et américains a eu pour « seul résultat […] d'accentuer les divisions entre Europe occidentale et Russie en renforçant la méfiance des opinions occidentales […]. Alors que la qualité de cette relation sera l'une des clefs du siècle qui s'ouvre »[295]. Tantôt dépeints dans la presse européenne comme responsables de l'assassinat de LITVINENKO par empoisonnement au polonium 210, un matériau rare et facilement décelable, tantôt blâmés pour leur manque de considération pour la vie des otages dans l'affaire du théâtre moscovite de la Doubrovka, le théâtre de Moscou, les services russes renvoient souvent une image ternie par l'aura et les méthodes de leur illustre prédécesseur, le KGB.

En Occident, la fin de la guerre froide marque une période durant laquelle le renseignement est remis en cause dans son utilité. En effet, la disparition de la menace soviétique questionne la nécessité de se doter de puissants appareils permettant de se prémunir d'une menace qui semble révolue. Ainsi, les institutions de renseignement font face à une contestation quant à leur fonctionnement et à leurs attributions respectives. C'est une période durant laquelle la CIA perd une partie de ses moyens et de ses effectifs, du moins jusqu'au 11 septembre 2001. Le 11 septembre 2001 met « en évidence l'échec de la stratégie élaborée au sortir de la guerre froide pour permettre à la communauté du renseignement de s'adapter aux menaces émergentes. En effet, ni la politique

[293] Voir à ce sujet la rumeur propagée dans la presse selon laquelle Berezovski aurait accusé Poutine d'être le commanditaire de sa mort : BBC NEWS EUROPE, *Obituary : Boris Berezovsky*, 22 mars 2013, [En ligne], <http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-19435227> (Page consultée le 4 septembre 2013).
[294] COLONNA (A.), *op. cit.*, p. 101.
[295] *Ibid.*, p. 111.

d'ouverture ni les autres mesures structurelles n'ont permis aux agences américaines de résister à la démobilisation qui a caractérisé les années 1990 »[296]. Les politiques de renseignement nécessitent de repenser les menaces pour rediriger efficacement des services habitués à travailler suivant une problématique bipolaire et une logique d'affrontement Est-Ouest.

Face à la menace du terrorisme islamiste, les services placent la lutte antiterroriste en tête de leurs priorités. Les services américains éliminent Oussama BEN LADEN, à Abbottabad (Pakistan)[297], le 2 mai 2011 après 10 ans de traque. Mais la lutte contre le terrorisme d'origine islamiste n'en est pas finie pour autant, car ce terrorisme a la particularité d'être planétaire, insaisissable, impénétrable et semble avoir d'importantes ressources en matière de renouvellement. Les États-Unis s'engagent dans la lutte contre Saddam HUSSEIN en 2003. Cette guerre en Irak s'accompagne d'une augmentation des crédits alloués au renseignement, aux États-Unis. Cependant, il est difficile de ne pas voir l'instrumentalisation politique des agences américaines, CIA en tête, lors de l'intervention de Colin POWELL aux Nations Unies pour y défendre l'opportunité d'une intervention en Irak. Des références aux travaux de l'Agence ont permis d'accroître la crédibilité des assertions concernant la présence d'armes de destruction massive et d'engager les hostilités.[298]

Une nouvelle vague d'attentats terroristes d'origine islamiste accompagne le conflit au Moyen-Orient engagé contre Daech. Cette organisation terroriste qui se baptise elle-même « État islamique en Irak et au Levant » est proclamée en 2006, suite aux déstabilisations causées par les conflits irakien et syrien. Ces attentats touchent également le cœur de l'Europe, avec l'attentat contre Charlie Hebdo (7 janvier 2015 - 12 morts - 11 blessés), les attentats de Paris (13 novembre 2015 - 130 morts - 400 blessés), les attentats de Bruxelles (22 mars 2016 - 35 morts - 300 blessés), l'attentat de Nice (14 juillet 2016 - 84 morts - 202 blessés), l'assassinat de l'ambassadeur russe en

[296] RAMOS (R.), *La CIA et les dividendes de la paix. L'ouverture du renseignement américain au lendemain de la guerre froide*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 35.
[297] À ce sujet, lire : OWEN (M.), *Ce jour-là. Au cœur du commando qui a tué Ben Laden*, Paris, Éditions du Seuil, 2012.
[298] RAMOS (R.), art. cit., p. 35.

Turquie, Andreï KARLOV (19 décembre 2016) ou encore l'attentat du marché de Noël de Berlin (19 décembre 2016 - 12 morts - 48 blessés).

En parallèle de cette menace terroriste sans précédent, les services de renseignement doivent faire face à l'espionnage économique croissant, en raison de l'intensité de la concurrence des États, à la criminalité transnationale favorisée par la globalisation qui rend la lutte contre les organisations criminelles toujours plus difficile, à la prolifération d'armes de destruction massive, etc. De hauts lieux de la diplomatie sont devenus de véritables « nids d'espions » où se déroule une autre guerre de l'ombre faite d'ingérence et d'espionnage. Bruxelles et Washington sont deux de ces villes dans lesquelles la concentration d'agents de renseignement est particulièrement élevée. Dans le même temps, des menaces telles que l'espionnage économique, la criminalité organisée et la cybercriminalité prennent de l'ampleur.

Cette partie consacrée à l'histoire du renseignement montre que cette discipline fut de tous temps liée au développement étatique, à sa protection et au domaine militaire. Cette histoire contribue fortement à influencer la perception que les citoyens peuvent avoir de telles institutions et est ancrée dans l'héritage culturel propre à chaque individu.

2.1.3. Du renseignement et du secret

Suite aux profondes évolutions qu'a connues le monde dès la chute du mur de Berlin en 1989 et la disparition de l'Union soviétique en 1991, puis le choc provoqué par les attentats du 11 septembre 2001, la conception bipolaire des relations internationales a définitivement été dépassée. La menace multipolaire et diffuse, induite par « la perception de vivre dans un monde plus vaste [qui] génère une certaine insécurité »[299], la complexité des échanges économiques et leur caractère de plus en plus compétitif pour les États, ont nécessité une remise en question des méthodes de travail des organes de renseignement. Si, d'une part, de nouveaux moyens sont apparus, le renseignement humain conserve malgré tout un rôle d'importance et le recours à ce type de méthode reste encore largement majoritaire[300]. D'autre part, les exigences d'information du public se sont accrues et les organismes de renseignement ont été amenés à y faire face.

Comme cela a été dit précédemment, le secret est un principe fondateur sur lequel se basent les activités de renseignement. Ce secret est caractérisé, généralement, par un appareil législatif qui consacre la classification des documents. Mais il porte également sur les opérations, les moyens, les techniques, les personnes (membres du service ou sources) et l'organisation de l'institution. Ce secret a donc un intérêt stratégique puisqu'il permet d'acquérir des informations tout en laissant un adversaire potentiel dans l'ignorance de la connaissance de ces mêmes informations. Il permet de protéger les personnes et les ressources nécessaires à la mise en œuvre du renseignement. La levée du secret ne peut donc se faire que lorsque qu'il n'y a plus d'intérêt à conserver certaines informations secrètes ou lorsque le risque a disparu. La déclassification des documents répond donc à un certain nombre de règles particulières et ne peut se faire que lorsqu'un délai suffisant a été observé, de manière à annihiler tout danger qui pourrait survenir suite à cette déclassification.

Des réflexions relatives à la levée du secret ont eu lieu en Russie, à la chute de l'Union soviétique. La volonté de déclassifier des documents provenant des archives du KGB est un exemple qui illustre plusieurs problématiques liées à la mise en place d'une politique de transparence dans une société qui avait été habituée à la culture du secret de la part des institutions

[299] LAÏDI (Z.), *Penser l'après-guerre froide*, dans *Cultures & Conflits*, n°8, 1992.
[300] En raison du faible coût du renseignement humain, notamment. D'autre part, 70 à 90 % d'informations recueillies proviendraient de sources ouvertes. (BAUD (J.), *op. cit.*, p.362).

étatiques. Au cours des années 90, l'évolution récente du renseignement russe est intimement liée à la *perestroïka*, dans le sens où la chute du système soviétique a été précipitée par cette politique de restructuration, imaginée pour partie par GORBATCHEV, ce qui a également eu pour effet de faire disparaître le KGB, le puissant service de renseignement et de sécurité d'État de l'époque. L'idée de GORBATCHEV et d'Alexandre IAKOVLEV, l'architecte de la *perestroïka*, était de développer une stratégie de communication pour pouvoir lutter pied à pied avec l'Occident et désankyloser un système maintenu dans l'immobilisme par un secret devenu trop paralysant : « We want more openess about public affairs in every sphere of life. People should know what is good, and what is bad, too, in order to multiply the good and to combat the bad. […] Truth is the main thing. Lenin said : More light ! »[301]. Le KGB a ainsi publié, dans les années 90, les chiffres des victimes des purges staliniennes pour montrer qu'il n'avait pas été épargné durant cette période[302]. En 1991, « la crainte d'un démantèlement rapide poussa les services secrets à lancer une campagne de transparence sans précédent. Les officiers de la sécurité d'État laissaient des défenseurs des droits de l'homme fouiller dans leurs archives […] »[303]. Mais, plusieurs années après, la question de la déclassification des archives du KGB fait encore débat. En effet, des documents de la période soviétique, déclassifiés dans les années 90, ont été reclassifiés suite à l'accession de Poutine au poste de président. Il est amusant de noter que certaines de ces archives sont disponibles sur Internet[304], mais frappées du sceau du secret en Russie. Ceci en dépit du fait que l'article 13 de la loi russe sur le secret d'État stipule que, sauf exception, tous les documents doivent être déclassifiés après trente années de conservation.[305]

Dans un État totalitaire, tel que l'URSS, le secret est incontestablement le socle du pouvoir caractérisé par l'arbitraire, « le fait du prince ». Le secret cadenasse véritablement la décision politique afin que les affaires de l'État restent l'apanage d'un parti et porte tant sur la procédure

[301] GORBACHEV (M. S.), *Perestroika. New thinking for our country and the world*, New York, Harper & Row, 1987, p. 75.
[302] CONTE (F.), *Le secret et la glasnost à l'ère Gorbatchev*, dans *Revue des études slaves*, Tome 62, Fascicule 3, Paris, 1990, p. 579.
[303] SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), *op. cit.*, p. 25.
[304] BUKOVSKY (V.), *Soviet archives collected by Vladimir Bukovsky. Prepared for electronic publishing by Julia Zaks and Leonid Chernikhov*, [En ligne], <http://www.bukovsky-archives.net/>, (Page consultée le 1 septembre 2013).
[305] SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), *op. cit.*, p. 139-140.

décisionnelle que sur le budget, par exemple. Le but est d'annihiler toute participation populaire.[306] Mais, dès 1985, face à une importante stagnation du rythme de développement national, plusieurs membres de la classe dirigeante soviétique, Mikhaïl GORBATCHEV en tête, proposent de restructurer en profondeur le modèle économique du pays[307]. Cette reconstruction ou *« perestroïka »*, en russe, a eu plusieurs impacts majeurs sur l'URSS : la *glasnost* et la liberté d'expression, le projet de créer un État de droit, l'organisation d'élections libres et la création d'un poste de président[308].

Malgré l'apparente évolution que la *perestroïka* représentait pour l'Union soviétique, née de la volonté de moderniser un système économique accusant un retard de plus en plus important pour se maintenir au rang de superpuissance, la presse continuait de subir la censure. Face à une réalité qu'il devenait de plus en plus difficile à déguiser, les dirigeants de l'État communiste pressentant la perte de la guerre froide ont été amenés à repenser le mode de fonctionnement de l'appareil étatique en profondeur. Le problème lié au secret, qui « se situe au cœur du système soviétique »[309] caractérisé par l'arbitraire des décisions et l'opacité totale du processus décisionnel, était un affaissement du secret imputable à la médiatisation croissante de la population, informée par les radios et les télévisions occidentales de la réalité de la vie par-delà le Rideau de fer.[310] Ainsi, comme dans tous les États régis par le secret, « le drame du secret est naturellement celui du temps […] qui le vide de l'intérieur »[311]. L'illusion était devenue difficile à maintenir. C'est pourquoi face au polyptique « secret, aveu, mensonge et rumeur », la stratégie d'informer le citoyen s'imposait.

Conscients de leur image négative auprès de la société, à cause de la réputation du KGB, les services créent un véritable mythe autour d'ANDROPOV[312], dès la fin de l'année 1999, afin d'induire la pensée auprès de l'opinion publique que les services russes ont la capacité de sortir le

[306] CONTE (F.), art. cit., p. 571-572.
[307] LOROT (P.), *Histoire de la Perestroïka*, Paris, Presses Universitaires de France, 1993, coll. « Que sais-je? », p. 11.
[308] Consacré par la Constitution de la Fédération de Russie en 1993.
[309] CONTE (F.), art. cit., p. 570.
[310] *Loc. cit.*
[311] *Ibid.*, p. 573.
[312] Iouri ANDROPOV a été le président du KGB entre 1967 et 1982, puis Secrétaire général du Parti Communiste. Il est parfois présenté comme un des artisans de la *perestroïka*.

pays de l'impasse. En effet, la fin de l'Union soviétique annonce également l'apparition de la société civile. Le FSB décide aussi d'améliorer son image auprès de la population en ayant recours aux médias audiovisuels : la télévision et le cinéma.[313]

Par ailleurs, étant donné le flou juridique qui semble régner dans ce domaine ou, plutôt, qui y régnait avant que certains législateurs ne se penchent sur la question[314], la réflexion autour de l'éthique du renseignement est un jalon d'importance permettant d'être soutenu par le public. À cette fin, « le secret doit être reconnu comme éthique par le public, les médias et les politiques. Il doit être considéré comme essentiel à la protection des opérations et à la sécurité du pays »[315]. C'est précisément dans ce cadre que les politiques de communication doivent se concevoir. Elles permettent de faire connaître au public le cadre légal des activités des services de renseignement, les méthodes employées, les missions accomplies qui peuvent être divulguées, les valeurs revendiquées des organismes, etc. La réflexion éthique permet donc de justifier le rôle des organes de renseignement en tant qu'organismes d'intérêt public, mais aussi de réguler les activités en fonction de normes partagées par la société au sein de laquelle ils sont amenés à fonctionner.

Cela démontre que les questionnements relatifs à la transparence des administrations ne relève pas que d'une logique démocratique occidentale. La gestion du secret est un des fondements de l'autorité étatique et contribue à favoriser le déploiement de ses prérogatives régaliennes. Cependant, ce secret ne devrait pas être un prétexte pour annihiler toute participation populaire et l'équilibre entre le maintien d'un secret nécessaire et l'information du citoyen est un exercice d'équilibre pour tout État démocratique.

[313] SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), *op. cit.*, p. 132 et p. 145.
[314] VADILLO (F.), *Une loi relative aux services de renseignement : l'utopie d'une démocratie adulte ?*, dans *Fondation Jean Jaurès*, note n°130, Paris, 2012.
[315] DENÉCÉ (E.), *Les défis du renseignement moderne*, art. cit., p. 8.

2.1.4. Cadre légal

Étant donné que la question de la légalité des activités des services est maintes fois abordée par le destinateur dans les sites analysés, il est approprié d'aborder brièvement la question de la législation dans ce secteur d'activité et de tracer, à l'aide de quelques exemples, les traits les plus communs qui caractérisent les rapports entre la loi et les services de renseignement.

Les travaux législatifs encadrant les activités de renseignement ont connu un important développement dans de nombreux pays et ce depuis les années 90. Auparavant, il était rare qu'un service de renseignement soit soumis un ensemble de règles légales spécifiques. Ainsi, en Belgique, la loi qui encadre les activités de la Sûreté de l'État et du SGRS est la loi organique du 30 novembre 1998 des services de renseignement et de sécurité. Pourtant, la Sûreté existe depuis le 15 octobre 1830 et le SGRS depuis le 1er avril 1915.

En France, les services de renseignement préexistaient également à leur cadre légal d'activité. Philippe BAS, président de la commission des lois du Sénat et membre de la délégation parlementaire au renseignement, commente les errements de la loi relative au renseignement du 24 juillet 2015 : « Nous venons d'une zone de non-droit en matière d'activités des services de renseignement. Cette régulation est une première dans l'histoire du Parlement. Nous venons d'un système prétorien et nous instaurons un système légal qui doit à la fois protéger les libertés publiques et individuelles sans pour autant mettre en danger le travail de nos services de renseignement »[316].

Aux États-Unis, dès ses débuts en 1947, la création de la CIA a été formalisée par un acte légal : le National Security Act. Malgré la volonté du législateur d'officialiser la naissance de l'agence centrale de renseignement, l'acte constitutif de création est volontairement flou et imprécis. Notamment, les différentes prérogatives de l'agence ne sont pas précisées, de même que les activités de renseignement confiées à la CIA. Cet exemple illustre encore une fois à quel point

[316] FOLLOROU (J.), *Collecte de données : « Nous avons renforcé les moyens de contrôle »*, dans *LeMonde.fr*, 23 septembre 2015, [En ligne], <http://www.lemonde.fr/societe/article/2015/09/23/nous-venons-d-une-zone-de-non-droit-en-matiere-d-activites-des-services-de-renseignement_4768325_3224.html> (Page consultée le 24 septembre 2015).

les relations entre la loi et les activités de renseignement ont pu se montrer complexes. Et ce n'est qu'au cours de ces trente dernières années que les services des pays démocratiques et les décideurs politiques ont travaillé à mettre en adéquation les moyens utilisés par les organes de renseignement avec une législation qui était jusqu'alors au mieux floue, mais en réalité le plus souvent inexistante.

Pour ce qui est de l'espionnage, il est entendu que les services de renseignement agissent dans une sorte de zone grise, puisque « techniquement parlant, l'espionnage ne concerne *stricto sensu* que les actions de recherche d'informations qui transgressent le code pénal du pays dans lequel elles s'exercent. De nombreuses opérations, transgressant l'éthique et non la légalité, ne relèvent donc pas, juridiquement parlant, de l'espionnage »[317]. Pour éviter d'engendrer un certain malaise, notamment auprès des citoyens et de certains décideurs politiques, la ligne de conduite de nombreux directeurs de services, de la CIA notamment, est de ne pas parler de ces activités lorsque « ce n'est pas indispensable ». Le maintien d'un secret maximal est alors légitimé par la réussite des opérations et la sécurité des fonctionnaires des organismes de renseignement, et donc la sécurité de la nation[318]. Paradoxalement, il est aussi reconnu que l'argument invoqué des méthodes et des sources ne devrait pas être employé pour se protéger des questions d'ordre éthique et pour se justifier des erreurs commises.[319]

[317] DENÉCÉ (E.), *L'éthique dans les activités de renseignement,* dans *Revue française d'administration publique*, n°140, E.N.A., Paris, 2011, p. 712.
[318] Le secret permet aussi de sauvegarder la réputation du service.
[319] ERICSON (P.G.), *The need of ethical norms. A personal perspective*, dans BOATNER (H.L.), sous la dir. de, *Studies in Intelligence*, vol. 36, n°5, Washington, 1992, p. 15-18.

2.1.5. Culture du renseignement

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, l'Europe a connu une période ininterrompue de paix. Au cours des années qui ont suivi la guerre froide, les effectifs militaires et les dépenses dévolues à la défense des pays membres de l'Union ont diminué graduellement.[320] La nécessité de maintenir d'importantes forces armées et de consacrer de substantiels moyens à leur entretien étant vraisemblablement vue comme autant de frais superflus, les États européens ont opté pour un choix économique dans un contexte de disparition de la menace d'une invasion soviétique. Cette décision a été portée par l'assentiment de l'opinion publique et de la classe politique dans les États qualifiés de postmodernes où la sécurité n'est plus perçue en termes de conquêtes.[321] La Défense a alors parfois eu du mal à se réinventer et à se trouver une nouvelle légitimité car « qu'est-ce, enfin, qu'un budget de la défense sans esprit de défense ? »[322]. Cette question peut également se poser à la lumière des interrogations soulevées par plusieurs spécialistes du renseignement quant au manque d'intérêt politique lié au renseignement dans certains pays. Car enfin, qu'est-ce qu'un budget du renseignement sans une culture du renseignement ?

Cette culture du renseignement connaît des définitions diverses. La première retenue ici consiste en une « somme des représentations [du renseignement] par les acteurs étatiques (hommes politiques, hauts fonctionnaires, diplomates, militaires, policiers, magistrats…), l'intelligentsia (universitaires, journalistes, ONG, défenseurs des droits de l'homme…) et la population (grand public, contribuables, milieux d'entreprise…) »[323]. À cette définition, Guy RAPAILLE ajoute qu'elle est « la conscience de la nécessité de recourir au renseignement. Cette conscience s'accompagne du respect des services, qui se traduit notamment par le fait de leur donner les moyens nécessaires à l'exercice de leurs missions, et de la garantie de la conservation du secret »[324]. Lorsqu'il est fait référence à la « culture », la définition qui est retenue ici est celle qui est donnée par l'UNESCO : « La culture, dans son sens le plus large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs,

[320] NATO PUBLIC DIPLOMACY DIVISION, *The Secretary General's Annual Report 2015*, Bruxelles, NATO, 2016.
[321] COOPER (R.), art. cit., p. 143.
[322] JUVIN (H.), *Argent public, société et démocratie*, dans *Le Débat*, n°126, Paris, Gallimard, 2004, p. 54.
[323] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, 2015, p. 49.
[324] Entretien avec RAPAILLE (G.), Président du Comité permanent de Contrôle des services de renseignement et de sécurité (Belgique), 27 mars 2015.

spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances »[325].

La dimension culturelle du renseignement est fortement imprégnée par la culture populaire, comme cela sera expliqué par la suite, c'est-à-dire l'ensemble des représentations cinématographiques, littéraires, télévisuelles ou encore vidéoludiques de ce domaine d'activité. Il paraît utile de rappeler que le façonnement de la perception de l'espionnage et du renseignement concourt d'une représentation historique de cette activité, en même temps que d'une représentation fictionnelle qui remonte au moins au XIX^{e} siècle et au développement du roman d'espionnage comme genre littéraire.[326] La dimension médiatique constitue un autre apport d'importance dans la conception culturelle du métier. Mais, face à l'idée reçue qui veut que le renseignement constitue un terreau médiatique fertile où la rareté des scandales n'aurait d'égal que leur retentissement, il est nécessaire de tempérer cette allégation. En effet, le nombre de scandales concernant le renseignement est finalement peu élevé et l'évolution qui conduit à une plus grande ouverture des services, ainsi qu'à une meilleure compréhension journalistique, du métier s'accompagne généralement d'un traitement plus modéré des actualités relatives aux services dès la dernière décennie du XX^{e} siècle.[327]

Donc, la culture du renseignement repose sur les « pratiques objectives liées à la communauté du renseignement [et à la] représentation symbolique auxquels se réfèrent les individus […] Elle concerne l'ensemble des savoirs et de représentations culturelles […] du renseignement »[328]. Elle se réfère à son environnement sociétal et à son héritage culturel. Cet héritage et cette culture sont donc variables.

Aux États-Unis, la volonté d'emporter l'adhésion du citoyen quant aux questions relatives au renseignement s'est traduite par la mise en œuvre de campagnes de relations publiques dont il

[325] UNESCO, *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles. Conférence mondiale sur les politiques culturelles*, Mexico City, 26 juillet - 6 août 1982.
[326] BULINGE (Fr.), *De l'espionnage au renseignement. La France à l'âge de l'information*, Paris, Magnard-Vuibert, 2012, p. 113-140.
[327] BULINGE (Fr.), *op. cit.*, p. 152-156.
[328] *Ibid.*, p. 100.

est difficile de mesurer l'étendue. Cependant, dès les années 1950, une telle ambition existait dans le chef de certains experts des agences américaines. En effet, en 1954, un rapport destiné à EISENHOWER présente les conclusions suivantes quant aux activités clandestines de la CIA : « La traditionnelle notion américaine de *fair play* doit être reconsidérée. Nous devons développer des services de renseignement et de contre-espionnage efficaces ; nous devons apprendre à subvertir, saboter et détruire nos ennemis par des méthodes plus subtiles, plus sophistiquées et plus efficaces que celles qui sont utilisées contre nous. Il serait en outre nécessaire que le peuple américain s'habitue, comprenne et soutienne cette philosophie fondamentalement répugnante… »[329].

Pour ce qui est de la France, Franck BULINGE affirme « qu'il existe une contradiction entre le discours dénonçant l'absence de culture française du renseignement, […] une réalité éditoriale qui laisse au contraire supposer l'existence d'un véritable engouement intellectuel pour cette question. Il est par conséquent improbable d'avancer, au regard de cet état de fait, que la culture française en matière de renseignement est inexistante »[330]. Nicolas WUEST-FAMOSE insiste sur la nécessité de communiquer sur les activités des services, comme étant une action civique permettant de développer une culture du renseignement. Il assure qu'il existe une culture du renseignement en France dont : « [les] caractéristiques sont sa jeunesse et sa justesse. Sa justesse car elle n'est pas basée sur des mythes cinématographiques ou littéraires. Et puis, c'est une culture qui a à peu près quinze ans. On observe aussi que la DGSE est devenue très populaire (à l'ENA) et que beaucoup de jeunes veulent rejoindre notre service. […] Le site est une composante de cette culture, mais je dirais que c'est même une composante essentielle »[331]. Alain DEWERPE explique que la conception du renseignement en France se base sur « [la séparation] de l'acte et son acteur d'une activité nouvelle, impersonnelle, définie par sa fonction, le renseignement et le service secret, en distinguant le travail ignoble et l'homme concret qui le met en œuvre d'un projet collectif nécessaire, inévitable et somme toute bienfaisant, l'espace moral du secret d'État s'est lentement transformé et sa légitimité s'en est trouvée assurée »[332].

[329] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 138.
[330] *Ibid.*, p. 161.
[331] Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la Direction Générale de la Sécurité Extérieure (France) depuis juin 2010 et ancien officier traitant et analyste, 19 février 2014.
[332] DEWERPE (A.), *op. cit.*, p. 141.

Au Luxembourg, il apparaît qu'il « reste beaucoup à faire. Est-ce que cette absence de culture du renseignement est due au fait que jusqu'à la deuxième guerre mondiale, le Luxembourg était neutre sur le plan international et que le service n'a été créé qu'en 1960 ? De manière générale, cette culture est très faiblement développée aussi bien au niveau des classes politiques, qu'au niveau de la presse ou des académiciens. Ainsi, la place du renseignement dans la prise de décision politique demeure encore faible. Par ailleurs, peu d'ouvrages ou de recherches ont été consacrés au sujet »[333]. La recherche sur le domaine du renseignement contribue donc, vraisemblablement, à l'émergence d'une culture du renseignement. Celle-ci s'accompagne d'une sensibilisation de la classe politique à ce domaine.

En Italie, selon le Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica, l'intérêt pour la thématique est diffus. Les services estiment qu'il est nécessaire de fournir « des instruments adéquats de lecture et d'interprétation qui donnent la perception exacte de la mission confiée aux services de renseignements et qui […] prédisposent à la réalisation d'un modèle participatif et intégré qui aurait comme base la garantie des droits fondamentaux de l'individu reconnus par le système »[334]. Les médias y sont reconnus comme jouant un rôle de développement d'une telle culture, en encourageant la prise de conscience de l'opinion publique par rapport aux matières relatives au renseignement et à la sécurité.

Pour ce qui concerne la Belgique, il semble qu'il n'y ait ni culture, ni tradition du renseignement. Des pays tels que le Royaume-Uni, la France ou l'Allemagne y sont vus comme ayant une tradition et une conscience plus élevée du renseignement.[335] Guy RAPAILLE assure, quant à lui, que cette absence de culture du renseignement est une constante générale « dans les pays de culture latine : le renseignement n'est pas bien admis, ni compris. En Belgique, le renseignement n'a jamais été valorisé et il n'y a pas de culture étatique du renseignement. On ne sait pas trop à quoi ça sert. En conséquence, nous n'avons jamais vraiment investi dans le renseignement »[336].

[333] Entretien avec le Directeur adjoint du Service de Renseignement de l'État du Luxembourg, 23 avril 2014.
[334] Entretien avec le Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica (Italie), service Comunicazione istituzionale, 27 juin 2014.
[335] Entretien avec différents fonctionnaires du Service Général de Renseignement et de Sécurité (Belgique), 30 juillet 2014.
[336] Entretien avec RAPAILLE (G.), Président du Comité permanent de Contrôle des services de renseignement et de sécurité (Belgique), 27 mars 2015.

Cette assertion est à commenter, puisqu'elle relève de deux représentations relatives à la culture et au renseignement : la première concerne l'incompréhension apparente de la culture latine face au renseignement et la deuxième relève de l'absence de culture du renseignement en Belgique. Il n'est donc bien sûr pas question ici d'assimiler simplement la Belgique à un État de culture latine puisque si la Belgique peut être considérée comme un pays de culture latine pour ce qui est de sa région francophone, une grande part de sa population est de culture germanique puisqu'il y est parlé le néerlandais et l'allemand. Ce qui est intéressant, c'est de souligner le fait qu'il existe des liens entre le renseignement et ses représentations culturelles, même si les avis à ce sujet sont très divergents et qu'il n'existe pas de consensus sur l'existence de cultures disposées favorablement au renseignement. Le point consacré à l'historique du renseignement développé antérieurement (voir page 84) donne un éclairage sur l'impact de cette histoire sur les représentations culturelles de cette activité, tandis que le point consacré à la fiction dévelloppé ci-après (voir page 130) explique comment les médias influencent également les représentations culturelles. Est-ce que la communication des services de renseignement sur le Web constitue une de ces influences médiatiques à même d'influencer les perceptions culturelles du renseignement ? La réponse est certainement positive et Guy RAPAILLE affirme à ce sujet que « l'aspect communication est à prendre en compte. Le côté didactique de la communication est important, à ce titre. [Cela] permet de mieux faire connaître et comprendre les actions, les moyens, et à démystifier. [La communication] peut aussi contribuer à donner une meilleure image des services et, peut-être, à diffuser une culture du renseignement »[337].

[337] Entretien avec RAPAILLE (G.), Président du Comité permanent de Contrôle des services de renseignement et de sécurité (Belgique), 27 mars 2015.

2.2. Services de renseignement et communication

« Whenever the people are well informed, they can be trusted with their own government. »
-Tomas Jefferson-

Comme cela a été expliqué précédemment, « le monde du renseignement est ambivalent. Il est à la fois très fermé dans son fonctionnement et très ouvert sur les réalités du monde »[338]. Dans le contexte de l'émergence de ce qu'il est convenu d'appeler la « société de l'information » qui caractérise en réalité plusieurs aspects des réalités du monde actuel, les services de renseignement se sont trouvés face à la nécessité de s'adapter. « Il existe ainsi seize agences officielles aux États-Unis, six en France et trois en Allemagne ou au Royaume-Uni. À défaut d'être transparents, ces organismes se sont efforcés d'être visibles, investissant dans des sièges à l'architecture audacieuse et dans des sites internet accueillants »[339]. Depuis les révolutions colorées[340] des années 2000, la guerre de l'information dont « l'efficacité repose sur le partage et non sur la rétention de l'information »[341], illustre l'impact que peut avoir la fédération des acteurs grâce à Internet et aux réseaux sociaux. Le partage de l'information à un maximum de relais pour amplifier le message s'oppose à la culture du monde du renseignement qui repose sur la préservation du secret, le besoin d'en connaître, le cloisonnement de l'accès aux informations et la connaissance parcellaire de la stratégie par les exécutants. [342] Plusieurs pays ont réussi à intégrer ce nouvel aspect à leur stratégie. C'est le cas des États-Unis, d'Israël et de la Russie. « Les conflits ukrainien et syrien ont souligné la manière dont la Russie mène ouvertement une guerre de l'information »[343], par exemple. Dans les pays francophones, ce volet est pris en compte depuis peu de temps, notamment dans le cadre de la lutte contre Daech.

[338] ANGIBAULT (J.-L.), art. cit., p. 93.
[339] HAYEZ (Ph.), art. cit., p. 95.
[340] Ou « révolutions de couleur » : soulèvements soutenus par l'Occident dans les années 2000 tels que la révolution des Roses (Géorgie, 2003), la révolution Orange (Ukraine, 2004), la révolution des Tulipes (Kirghizistan, 2005) ou la révolution du Cèdre (Liban, 2005), etc.
[341] HARBULOT (Ch.), *Le monde du renseignement face à la guerre de l'information*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 83.
[342] *Ibid.*, p. 82-83.
[343] *Ibid.*, p. 83.

Avec l'arrivée d'Internet dans les années 90, les règles relatives à la diffusion d'informations ont changé. Cela a notamment poussé les organismes de renseignement à se pencher sur le renseignement d'origine numérique et à s'intéresser aux réseaux sociaux avec l'apparition du SOCMINT (Social Media Intelligence)[344]. Il est difficile de dire à quel moment cette société a émergé, puisque déjà lors de la guerre du Vietnam, l'information est passée au premier plan pour ce qui concerne la résolution de conflit militaire et « le centre de gravité, c'est-à-dire le noyau central contre lequel l'action doit être dirigée, était passé du terrain matériel au terrain informationnel »[345]. Une chose est cependant certaine : l'apparition d'Internet a permis d'accélérer ce processus et a renforcé le rôle de l'information dans le monde.Il est possible de caractériser les changements survenus lors de l'apparition de cette société de l'information, qui sont au nombre de quatre. Le premier est la révolution de l'information qui consiste en une multiplication des moyens de communication et en une explosion du volume des données facilitées par des canaux instantanés et accessibles de manière simple et rapide partout dans le monde. La deuxième caractéristique relève de la place croissante de la communication dans nos sociétés. La troisième est la démultiplication des acteurs et le caractère globalisé du monde actuel, c'est-à-dire la mondialisation. Le quatrième et dernier caractère de cette société est la diversité culturelle, facteur concomitant à la mondialisation et à la multiplication des moyens de communication.[346] Aussi « les services de renseignement peuvent-ils encore espérer conserver le monopole de l'information d'État ? […] Ainsi se pose la question de la place du renseignement dans un environnement et à une époque où la logique bureaucratique est dépassée par des phénomènes sociétaux extrêmement évolutifs, voire éphémères, imprévisibles et essentiellement liés à des problématiques communicationnelles »[347].

Les interrogations relatives à l'ouverture des services de renseignement ne sont pas neuves, comme cela a déjà été dit par ailleurs. Dès la fin de la guerre froide, face à la disparition de la menace communiste, des interrogations quant à l'avenir de la CIA se sont posées. Sous la direction

[344] HAYEZ (Ph.), art. cit., p. 96.
[345] HARBULOT (Ch.), art. cit., p. 80.
[346] WOLTON (D.), *Avant-propos*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Editions, 2016, p.11-12.
[347] BULINGE (F.) et MOINET (N.), *Introduction*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p.14.

de Robert GATES (directeur de la CIA entre 1991 et 1993), une initiative a été prise d'ouvrir ce service au monde extérieur. Cependant, la CIA « a écarté l'idée d'une véritable ouverture sur des sujets spécifiques au profit d'une campagne de relations publiques destinée à rendre l'agence plus visible et ses activités plus aisément compréhensibles. L'objectif sous-jacent était de mettre en avant certains aspects positifs – et minutieusement sélectionnés – de l'action de l'agence. Le secret inhérent au renseignement avait en effet donné aux scandales un poids disproportionné, altérant la perception générale des missions du renseignement. Pour la CIA, la finalité était donc d'apparaître sous le jour le plus favorable possible afin de limiter les coupes budgétaires qui se profilaient. En somme, l'ouverture devait lui permettre de tirer profit des dividendes de la paix »[348]. Cette campagne de relations publiques visait la population, les médias et la communauté scientifique. Cependant, cette initiative n'a pas rencontré le succès escompté et l'Agence a vu son budget réduit et son personnel amputé de plus d'un quart.

Dans cette partie, plusieurs aspects relatifs à la communication des services de renseignement sont abordés. Il sera d'abord expliqué comment cette communication peut être caractérisée de communication publique, puis les questions de secret et de transparence seront abordées et un mot sera dit à propos des menaces auxquelles les organismes font référence dans leur communication. Une piste de réflexion est proposée à propos du consensualisme des discours, de l'importance de la fiction dans la conception des activités de renseignement par le grand public. Enfin, les parties prenantes, la temporalité de la communication, les stratégies mises en œuvre et les valeurs diffusées, sont explicitées.

[348] RAMOS (R.), art. cit., p. 33.

2.2.1. Une communication publique ?

Il est intéressant d'aborder rapidement la définition de la communication publique pour comprendre comment les institutions de renseignement qui communiquent s'y inscrivent. Par ailleurs, ce point permet également de comprendre la distinction qui peut exister entre la communication des organismes étatiques de renseignement et la communication d'autres institutions publiques.

Michel BEAUCHAMP explique que la communication publique « renvoie d'abord à l'ensemble des messages transmis par les médias de communication et à ces médias eux-mêmes. Elle désigne aussi les relations qui s'établissent lors de la transmission de messages entre individus considérés comme citoyens. Elle touche alors non seulement les affaires publiques et la vie politique en général, mais aussi tous les problèmes auxquels doit faire face la société et qui sont soumis au débat public, agitent l'opinion publique ou relèvent de l'État et de l'administration publique : « économie, justice, éducation, santé, environnement, etc. »[349]. Cependant, cette définition semble confondre ce qui relève de la communication politique, de la communication publique. Pourtant, cette dissociation n'est pas toujours pertinente car il est vrai que la communication publique est placée sous le contrôle d'un mandataire politique et que « cette communication est *de facto* conditionnée par la notion de mandat, à ce titre elle est politique »[350]. Cependant, pour des raisons de simplicité, il est préféré la définition de Pierre ZÉMOR : « la communication publique est la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social, et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques »[351].

Le domaine d'une telle communication « se définit par la légitimité de l'intérêt général »[352]. Les activités couvertes par une telle communication sont multiples. Elle relève bien sûr d'organisations publiques et s'écarte de la communication commerciale. Les ministères, les

[349] BEAUCHAMP (M.), *op. cit.*, p. 4 et p. 51-72.
[350] BESSIÈRES (D.), *La définition de la communication publique : des enjeux disciplinaires aux changements de paradigmes organisationnels*, dans *Communication et organisation*, n°35, 2009, p. 20.
[351] ZEMOR (P.), *La communication publique*, Paris, Presses Universitaires de France, 2008, coll. « Que sais-je? », p. 5.
[352] *Loc. cit.*

organismes d'intérêt public, ou le gouvernement relèvent d'un tel domaine de la communication qui se caractérise par un monopole institutionnel et une non-concurrence. Elle agit sur l'opinion publique et est donc peu ciblée. L'opinion publique est à la base des sociétés démocratiques et se fonde sur la souveraineté du peuple et sa liberté d'expression, tout en renvoyant à la somme des jugements des citoyens relative à la vie publique.[353]

Cette communication a pour but, notamment, d'améliorer l'image des institutions publiques et à informer les citoyens, en vertu de leur droit de recevoir l'information. Ce droit repose sur les principes démocratiques de l'association du citoyen à la vie publique et à la décision. Pour Marie-Hélène WESTPHALEN et Thierry LIBAERT, la communication publique « couvre des domaines larges comme celui de la communication politique, de la communication gouvernementale, de la communication des institutions publiques et parapubliques, et enfin la communication des territoires. […] Il était d'usage d'y inclure les entreprises publiques mais leur communication se rapproche de plus en plus d'une communication d'entreprise classique[354] ».

Étant donné le statut des agences étatiques de renseignement, il apparaît comme une évidence de dire que ces organismes relèvent également de la communication publique. Cela a été souligné précédemment, mais il est vrai que « comme toute autre administration, le monde de l'ombre s'est mué en acteur de la communication. Cette évolution, dont les étapes diffèrent d'un pays à l'autre, était induite par la fin de la guerre froide. Elle découlait de la nécessité de trouver une nouvelle légitimité à une profession reléguée par la littérature populaire, le cinéma et la propagande au rang d'espion ou de guignol de foire »[355]. La communication publique permet « aux institutions de se faire connaître (identification) et reconnaître (légitimation) »[356]. Comme cela sera expliqué plus loin, les éléments caractéristiques de la communication publique se retrouvent dans la communication des services de renseignement : intérêt public, amélioration de l'image, identification, légitimation et communication peu ciblée. Finalement, une chose fondamentale

[353] BEAUCHAMP (M.), *op. cit.*, p. 149-151.
[354] WESTPHALEN (M.-H.) et LIBAERT (Th.), *Communicator. Toute la communication d'entreprise*, Paris, 2009, p 22.
[355] ARBOIT (G.), *Une brève histoire contemporaine du renseignement français*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 25.
[356] BESSIÈRES (D.), art. cit., p. 21.

distingue la communication d'institutions étatiques de renseignement de la communication d'autres organismes publics, c'est le cadre juridique spécial qui encadre leurs activités et qui ne permet donc pas de leur reconnaître le statut d'« administration ordinaire ».[357]

[357] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 41.

2.2.2. Secret et transparence

« Celui qui possède un secret n'a pas seulement à le cacher ; il doit aussi cacher qu'il le cache. »
-Thomas Caryle[358]*-*

Edward SNOWDEN relevait, lors d'une conférence, que « certains disent qu'ils n'ont « rien à cacher », mais dire cela, c'est inverser les responsabilités. Dire « Je n'ai rien à cacher », cela revient à dire : « Je me fiche de ce droit ». C'est dire : « Je ne dispose tellement pas de ce droit que j'en suis arrivé au point où je dois m'en justifier ». Alors que normalement, c'est le gouvernement qui doit se justifier de ne pas respecter vos droits ».[359] Quand il est question de secret et de transparence, il existe en réalité une double problématique. La première problématique soulevée concerne la transparence sociale, c'est-à-dire celle des individus, par rapport aux organismes de sécurité et de renseignement, mais aussi par rapport à tout organisme qui collecte des informations relatives à la vie privée des individus : « the real debate we should be having on the back of the Snowden case is about what privacy in a cyber-connected world can realistically mean given the volumes of personal data we hand over to the private sector in return for our everyday convenience, and the continued need for warranted access for security and law enforcement »[360]. La deuxième problématique est relative à la transparence de ces mêmes organismes de renseignement vis-à-vis de la société civile, dans un but d'information du citoyen concernant les activités menées en vue de protéger l'intérêt général. Il est évident que ces deux aspects se rejoignent lorsque l'on considère les révélations portées par SNOWDEN à la connaissance des citoyens : l'espionnage des citoyens américains par la NSA et des services dits « alliés », le contournement des dispositifs de contrôle parlementaire par certains services américains, l'espionnage de pays alliés, l'espionnage de fournisseurs internet étrangers et l'affaiblissement de certains systèmes de protection qui a entrainé

[358] CONTE (F.), art. cit., p. 572.
[359] THE NEW YORKER, *The 2014 New Yorker Festival. Edward Snowden. A virtual interview with Jane Mayer*, 11 octobre 2014, [En ligne], <https://youtu.be/fidq3jow8bc> (Page consultée le 15 juillet 2015).
[360] OMAND (D.), *Edward Snowden's leaks are misguided they risk exposing us to cyber-attacks*, dans *The Guardian*, 26 septembre 2013, [En ligne], <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/sep/26/edward-snowden-leaks-misguided-cyber-attacks> (Page consultée le 9 janvier 2015).

une fragilisation de certaines infrastructures économiques.[361] « Pour le citoyen ordinaire, ces pratiques « quasi orwelliennes », selon le mot d'un juge fédéral américain, sont de nature à inspirer la défiance »[362]. Précédemment, il a été dit que « le secret est justifié par la nature même du renseignement, qui impose la protection des sources, méthodes et opérations et relève traditionnellement du « secret du prince », devenu secret d'État ou « secret défense » ».[363] Dans ce cas, comment concilier secret et information du citoyen ?

La notion de « transparence » est traditionnellement opposée à celle de « secret ». L'étymologie du mot transparence renvoie à « la propriété de ce qui se laisse voir facilement »[364], du latin « *trans* » (à travers) et « *parere* » (apparaître). Le secret peut se concevoir comme étant « constitué par du connu transformé en inconnu, cette opération se faisant au bénéfice de quelqu'un et au détriment d'un autre. Il sépare en effet celui ou ceux qui participent de ce secret et les autres »[365]. Cette antinomie apparente est au cœur des stratégies de communication élaborées par les services de renseignement. Il s'agit, pour résumer, de légitimer l'impératif du secret des activités par la transparence. Le principe de transaprence est, comme le relève David STANS, « un concept ancré dans un carcan de vertu à l'opposé du secret. Ce dernier mêle la dissimulation, l'opacité, alors que la transparence conduit à la noblesse du coeur et de l'esprit »[366]. En réalité, cette transparence relève plutôt d'une dangereuse utopie qui « s'étend jusque dans nos activités personnelles – l'espace privé s'amenuise et toute remise en cause de la transparence sera assimilée à la défense d'intérêts économiques ou politiques, sera renvoyée aux sociétés occultes voire mafieuses. Le raisonnement est logique : l'opacité dissimule, donc elle est au mieux suspecte, généralement coupable. Si l'on n'accepte pas de se dévoiler, c'est donc que l'on a quelque chose à cacher »[367]. Aussi, parler de « politique d'ouverture » apparaît d'emblée comme étant plus réaliste étant donné que « l'idéal de transparence n'est souvent qu'un paravent idéologique autant qu'une

[361] HAYEZ (Ph.), art. cit., p. 93-94.
[362] *Loc. cit.*
[363] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 274-275.
[364] LIBAERT (Th.), *La transparence en trompe-l'œil*, Paris, Descartes & Cie, 2003, p. 15.
[365] CONTE (F.), art. cit., p. 572.
[366] STANS (D.), *Le comité permanent R dans sa relation avec le Parlement et certains acteurs du pouvoir exécutif : cohérence ou incohérence ?*, thèse de Doctorat en Science politique et Sociale, sous la direction de MICHEL (Q.), REYNAERT (H.) et COOLS (M.), Liège – Gent, Université de Liège – Universiteit Gent, 2014, p.40.
[367] LIBAERT (Th.), *op. cit.*, p. 10.

illusion collective, pouvant produire des effets pervers »[368]. Les nombreux débats liés au « droit à l'information » des citoyens, à la participation démocratique et à la prise en compte de l'opinion publique, s'inscrivent en filigrane des questionnements liés à la transparence dans le domaine de la communication. L'évolution des médias d'information et des moyens de communication donnent « l'illusion que le monde est devenu transparent – illusion qui joue en défaveur de ceux qui ont la malchance de souffrir hors du champ des caméras »[369].

A titre d'exemple, l'avis des journalistes russes d'investigation Irina BOROGAN et Andreï SOLDATOV, fondateurs du site agentura.ru et opposants politiques notoires, reflète le climat de suspicion qui pèse sur les agences de renseignement russes : « aucun des chefs des services secrets n'a été puni et toute information importante sur ces opérations secrètes est devenue « top secrète ». Tout cela a été fait pour cacher la responsabilité personnelle de gens bien placés qui ont commis tous ces échecs professionnels avec de graves conséquences, comme le grand nombre de victimes »[370]. En 2004, suite à la proposition de la Douma de renforcer certains textes de loi ayant trait à la haute trahison et à l'espionnage, de nombreux militants des droits de l'homme ne manquent pas de montrer leur inquiétude et de critiquer le législateur russe. Les critiques à l'égard des méthodes des organes de renseignement ne sont, bien entendu, pas le seul apanage des services russes, comme le montre le récent scandale lié aux révélations aux programmes de surveillance de la NSA et comme le rappelle Vladimir FEDOROVSKI : « ce n'est pas un secret que les services secrets occidentaux sont également connus pour violer les droits de l'Homme, surtout s'ils ont une mission particulière à l'étranger à effectuer, mais dans ce cas-là c'est plus facile d'obtenir des informations sur leurs activités »[371]. Pourtant, suite aux nombreuses décisions contestées de POUTINE, certains médias se plaisent à parler de « nouvelle guerre froide », tandis que les organismes russes de renseignement réaffirment que leur objectif principal est la lutte contre l'islamisme radical et non plus l'espionnage américain.[372]

[368] BULINGE (Fr.), *op. cit.*, p. 164.
[369] GITLIN (T.), *Illusions de transparence, ambiguïtés de l'information. Remarques sur la mondialisation des communautés éphémères*, dans *Réseaux*, n°76, [En ligne], 1996, p. 121.
[370] Entretien avec SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), Journalistes d'investigation et experts en services de sécurité russes, 17 février 2013.
[371] Entretien avec FEDOROVSKI (V.), Écrivain et ancien diplomate russe, 24 février 2013.
[372] KOZOVOĬ (A.), *op. cit.*, p. 324-330.

La question de l'opacité des services et les révélations à propos de méthodes éthiquement critiquables conduisent à une méfiance du citoyen à l'égard des institutions étatiques de renseignement, raison pour laquelle,« dans un contexte de perte de confiance des citoyens à l'égard de leurs représentants politiques, et face au succès croissant des théories conspirationnistes, l'hypothèse d'une perception orwellienne de la politique de sécurité par les citoyens n'est pas sans fondements »[373]. La communication des institutions de renseignement, dans une logique d'ouverture, puisqu'il est illusoire de vouloir parler de transparence, comme cela a déjà été dit, semble destinée à renforcer ou améliorer l'image des services auprès des citoyens afin de créer une relation partenariale de confiance dans une « recherche d'un équilibre entre des logiques d'efficacité et des problématiques de légitimité »[374]. Cet aspect est développé dans la partie consacrée aux menaces.

Dès lors, « comment faire cohabiter le monde fermé du renseignement avec le monde ouvert de nos sociétés, obsédées par la transparence, l'information, la vitesse, la publicité »[375] ? Ceci étant particulièrement vrai dans les régimes démocratiques, puisque la notion « de démocratie fait écho au contexte particulier qui fait des individus des citoyens auxquels on ne peut entièrement dissimuler leur enseignement »[376]. Il est donc devenu nécessaire d'informer le citoyen, tout en conservant la part de secret indispensable à l'exercice de la fonction de renseignement. Mais aussi de renforcer la compréhension relative à de telles matières de la part, tant des individus, que des politiques et de tout partenaire de la société civile afin de se débarrasser des perceptions manichéennes qui mènent à considérer que « la démocratie, c'est plus ou moins la transparence, en tout cas la visibilité, le contrôle, l'explication, la compréhension, par rapport au secret, à la dissimulation, au mensonge du monde du renseignement »[377]. Alors, émerge, sans doute, ce qu'il est convenu d'appeler une « culture du renseignement » que nous avons définie précédement.

---

[373] BULINGE (Fr.), *Renseignement et politique de sécurité. Un paradoxe orwellien*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 59.
[374] HAYEZ (Ph.), art. cit., p. 94.
[375] WOLTON (D.), *Avant-propos*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Editions, 2016, p.11.
[376] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 10.
[377] WOLTON (D.), *Avant-propos*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Editions, 2016, p.11.

2.2.3. Terrorisme et autres menaces

« Le vieux monde se meurt, le nouveau monde tarde à apparaître et dans ce clair-obscur surgissent les monstres. »
-Antonio Gramsci-

Les missions dévolues aux services reflètent bien les préoccupations actuelles et la nature diffuse et globale des menaces : renseignement économique, conservation des avantages technologiques et lutte contre le terrorisme. Cette énumération non-exhaustive démontre que « les services reflètent les défis des nations. Le monde devient imprévisible »[378]. Une part importante des institutions étudiées présente ces menaces sur leur site et développent un discours qui s'articule autour de la nécessité de lutter contre ces dites menaces et leur rôle de protection des intérêts de l'État et du citoyen qui est tant une personne à protéger qu'un partenaire.

Dans l'introduction de cette recherche, il a été dit que l'atténuation de la délimitation entre temps de paix et temps de guerre conduit à envisager l'environnement sous l'angle de menaces multiples. La distinction première entre le temps de paix et la guerre repose sur la codification des règles de la guerre, en 1899[379] et 1907[380]. Cette codification suppose que les conflits surviennent entre des États souverains ou des parties suffisamment organisées pour obtenir le statut de belligérant. La déclaration de guerre consacre la séparation entre la paix et la guerre et le statut des combattants est clairement identifié par les uniformes qu'ils sont supposés porter. La distinction entre guerre et paix devient obscure dans la seconde moitié du XX^{e} siècle.[381]

Schématiquement, il est juste de dire que durant la guerre froide et jusqu'à la chute du Mur de Berlin, le renseignement occidental était davantage tourné vers le contre-espionnage et avait un aspect principalement politique puisque la menace principale était le « péril communiste ». Le contre-espionnage reste cependant une préoccupation majeure pour certains services et vise tant à lutter contre l'ingérence étrangère, que contre les actions d'agents désireux de s'accaparer des

[378] Entretien avec FEDOROVSKI (V.), Écrivain et ancien diplomate russe, 24 février 2013.
[379] Conférence internationale de la Paix de La Haye.
[380] Seconde conférence de La Haye.
[381] HOBSBAWM (E.), *Globalisation, democracy and terrorism*, Londres, Abacus, 2008, p. 19-21.

informations d'utilité stratégique, tant politiques que technologiques. La globalisation a facilité grandement les flux d'individus, de marchandises et d'informations, contribuant à rendre le monde plus mobile et augmentant la difficulté de contrôle. En parallèle, ce phénomène a permis de faciliter les trafics en tous genres et de leur donner une dimension planétaire.[382] Cette identification de l'ennemi principal, comme étant le terroriste, ou plus exactement « le risque terroriste », reflète le caractère changeant et diffus des menaces. Et le renseignement s'adapte à la dynamique d'apparition et de disparition des menaces, tout en cherchant à répondre aux plus immédiates et en « conservant un surinvestissement dans certains domaines, par héritage ou par flou stratégique ».[383] Le champ des menaces s'est donc peu à peu élargi : criminalité transfrontalière, prolifération, terrorisme islamique, guerre économique, cybermenaces, etc. Les menaces listées par les services vont de la lutte contre le terrorisme à la lutte contre la prolifération, au contre-espionnage ou aux cybermenaces. Ces dernières sont favorisées par un monde dans lequel les frontières sont absentes et par les évolutions de la société d'information. Elles relèvent de l'espionnage, dans le cas des cyberattaques, mais aussi du terrorisme.

La menace la plus médiatisée actuellement est sans conteste celle du terrorisme et « la lutte contre le terrorisme international est devenue à l'évidence depuis des décennies la mission prioritaire des agences de renseignement »[384]. Bien que le mot n'apparaisse en français que vers la fin du XIXe siècle, cela ne devient une préoccupation européenne que dans les années 2000, suite à la montée du terrorisme d'inspiration islamique. La lutte contre cette menace est devenue la principale priorité de nombres de services occidentaux. Il faut toutefois préciser que ce phénomène n'est pas neuf puisque qu'il remonte au moins à l'Antiquité, avec les activités des Zélotes juifs contre les Romains (I^er^ siècle ACN) ou même les Tyrannoctones qui assassinent le tyran Hipparque (514 ACN),

Mais la menace terroriste était, il faut le rappeler, déjà existante et elle culmine durant les « années de plomb » (1960-1985) qui voient de multiples groupes d'activistes politiques entrer en lutte armée révolutionnaire : Cellules communistes combattantes (CCC), Euskadi Ta Askatasuna

[382] HOBSBAWM (E.), *op. cit.*, p. 145-146.
[383] ANGIBAULT (J.-L.), art. cit., p. 94-95.
[384] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 13.

(ETA), Irish Republican Army (IRA), Rote Armee Fraktion (RAF), Movimiento Ibérico de Liberación (MIL), Brigate Rosse (BR), etc. Entre 1968 et 1972, le monde connait une série d'attentats et le terrorisme cesse d'être un phénomène marginal. Les attentats du 11 septembre 2001 marquent les esprits par leur violence inégalée jusqu'alors.[385] Il est bouleversant d'observer que « l'avènement d'une société de communication mondialisée joue un rôle important dans la radicalisation actuelle de la violence terroriste. Elle lui apporte les « relais » dont il a besoin pour atteindre ses cibles »[386].

L'hyper-terrorisme de l'après 11 septembre 2001 a évolué vers un « terrorisme du pauvre, de proximité », pour reprendre l'expression du criminologue Alain BAUER. « Désormais, de vagues réseaux d'individus peuvent semer le chaos et la souffrance sur nos rivages moyennant des coûts très inférieurs à celui de l'achat d'un seul char. Le changement est énorme : le marché, puis la technologie de la violence sont en passe de redistribuer le pouvoir de l'État au profit des individus renversant une tendance qui avait cours depuis cinq cents ans »[387]. La liste des attentats survenus depuis le 11 septembre 2001 est incommensurablement longue et il n'est pas question d'en faire une énumération détaillée dans ces lignes, mais il semble utile d'en rappeler quelques-uns : prise d'otages du théâtre de la Doubrovka à Moscou (23 octobre 2002), attentats de Madrid (11 mars 2004), prise d'otages de Beslan (1er au 3 septembre 2004), attentats de Londres (7 juillet 2005), aéroport Domodedovo (24 janvier 2011), attaque du centre commercial Westgate à Nairobi (21 septembre au 24 septembre 2013), attentats à Paris (dont Charlie Hebdo - 7 au 9 janvier 2015), Ankara (10 octobre 2015), attentats de Paris (13 novembre 2015), attentats de Bruxelles (22 mars 2016), fusillade d'Orlando (12 juin 2016), attentat de Nice (14 juillet 2016), attentat du marché de Noël de Berlin (19 décembre 2016), etc.[388] Les attentats de Paris ont été abondamment commentés dans la presse et certains spécialistes, tel que Franck BULINGE, en parlent comme d'un échec des services de renseignement dont une des causes serait un « défaut d'une méthodologie issue de la

[385] GUENIFFEY (P.), *Généalogie du terrorisme contemporain*, dans *Le Débat*, n°126, Paris, Gallimard, 2004, p. 157.
[386] *Ibid.*, p. 159.
[387] COOPER (R.), art. cit., p. 146-153.
[388] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 172-174.

culture policière et aux dépens d'une pratique moderne du renseignement »[389]. Cet avis est également partagé par John BRENNAN, le Directeur de la CIA. [390]

Il n'existe pas de définition unique du terrorisme et dans son ouvrage, *Dictionary of terrorism*, John Richard THACKRAH en liste des dizaines. Cela montre la difficulté de produire une définition universelle de ce terme, son ambiguïté et son imprécision.[391] Dans son projet de Convention générale sur le terrorisme, l'ONU propose, à l'article 2 de ce projet de texte une définition du terme comme étant le fait de « causer, tenter ou menacer de causer, « illicitement ou intentionnellement » : a) la mort d'autrui ou des dommages corporels graves à autrui ; ou b) de sérieux dommages à un bien public ou privé, notamment un lieu public, une installation gouvernementale ou publique, un système de transport public, une infrastructure, ou à l'environnement ; ou c) des dommages aux biens, lieux, installations ou systèmes…, qui entraînent ou risquent d'entraîner des pertes économiques considérables, lorsque le comportement incriminé, par sa nature ou son contexte, a pour but d'intimider une population ou de contraindre un gouvernement ou une organisation internationale à faire ou à ne pas faire quelque chose»[392].

L'article 137 § 1er du code pénal belge en livre la définition suivante : « constitue une infraction terroriste, l'infraction […] qui peut porter gravement atteinte à un pays ou à une organisation internationale et est commise intentionnellement dans le but d'intimider gravement une population ou de contraindre indûment des pouvoirs publics ou une organisation internationale à accomplir ou à s'abstenir d'accomplir un acte, ou de gravement déstabiliser ou détruire les structures fondamentales politiques, constitutionnelles, économiques ou sociales d'un pays ou d'une organisation internationale ».

Le département américain de la Défense définit le terme comme suit : « the unlawful use of violence or threat of violence, often motivated by religious, political, or other ideological beliefs,

[389] BULINGE (Fr.), *Renseignement et politique de sécurité. Un paradoxe orwellien*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Editions, 2016, p. 66.
[390] *Ibid.*, p. 59-60.
[391] THACKRAH (J. R.), *Dictionary of terrorism*, Londres – New-York, Routledge, 2004, p. 66-79.
[392] HAUT-COMMISSARIAT DES NATIONS UNIES AUX DROITS DE L'HOMME, *Droits de l'homme, terrorisme et lutte antiterroriste*, Droits de l'homme, Fiche d'information n°32, Genève, United Nations, 2009, p. 6.

to instill fear and coerce governments or societies in pursuit of goals that are usually political »[393]. Cette dernière définition est critiquée par Noam CHOMSKY dont le rationalisme extrême « s'accompagne […] d'une vision fondamentalement critique de la communication de masse, vue comme le lieu du mensonge organisé, du contrôle et de la manipulation des opinions »[394], qui y voit une traduction littérale de la politique gouvernementale américaine. Il propose une alternative qui « consiste à définir le terrorisme comme le terrorisme qu'on commet contre nous, qui que nous soyons. […] nous et nos alliés sommes les principales victimes du terrorisme, et le terrorisme est une arme utilisée par les faibles »[395]. Cette critique est cependant balayée par Patrice GUENIFFEY qui insiste sur le fait que « les terroristes, contrairement à ce qu'ils affirment toujours, ne sont pas des « combattants » et encore moins des « résistants ». Le terrorisme n'est pas le concept vague, relatif, subjectif même qu'on dit parfois en objectant que *le terroriste des uns serait le combattant ou le résistant des autres* »[396].

Le terrorisme est donc « une stratégie qui vise à terroriser un sujet afin de le contraindre ou de le soumettre en annihilant en lui toute faculté d'action ou de résistance, et cela, non par la souffrance ou la mort, mais par le spectacle de la souffrance et de la mort infligées préalablement à un certain nombre de victimes éventuellement choisies selon le principe du hasard »[397]. « Dans le terrorisme, la violence est un moyen ; dans la violence, la terreur est un effet et […] la violence y est toujours un message adressé à la cible visée »[398]. Concernant la formule de « war on terror », Eric HOBSBAWM affirme que si cette menace est plus sérieuse que le terrorisme auquel les États démocratiques ont eu à faire face par le passé, celle-ci ne peut-être caractérisée de guerre pour autant, sauf au sens métaphorique du terme.[399]

[393] [US DEPARTMENT OF DEFENSE], *Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. 8 November 2010 (As Amended Through 15 February 2016)*, [s.l.], 2016, p. 241.
[394] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 104.
[395] CHOMSKY (N.) et MCCHESNEY (R. W.), *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Les éditions écosociété, 2004, p. 80-81.
[396] GUENIFFEY (P.), art. cit., p. 160.
[397] *Ibid.*, p. 158.
[398] *Loc. cit.*
[399] HOBSBAWM (E.), *op. cit.*, p. 151.

« En 2000, alors que le directeur de la CIA exprime clairement que les États-Unis sont en guerre contre Al-Qaïda et affirme sa volonté que tous les moyens de l'Agence y soient consacrés, son mémorandum reste lettre morte et aucune ligne budgétaire supplémentaire ne lui est allouée »[400]. Ce genre de document, parfois rendu public et qui attire l'attention sur la nécessité d'allouer davantage de moyens aux organismes de renseignement se heurtent parfois à l'agenda politique qui reste le seul véritable décideur de l'allocation des budgets. Et c'est parfois suite à certains évènements malheureux que des mesures sont prises, avec les risques que comportent les agissements dans l'urgence, sous le coup de l'émotion. Après le 11 septembre, plus d'argent, plus de pouvoir et plus de latitude d'action ont été donnés à la CIA. Une des premières leçons apprises suite aux attentats du 11 septembre, c'est que le renseignement compte.[401] Les États-Unis votent, suite aux attentats, une résolution qui permet au Président d'utiliser tous les moyens nécessaires et appropriés contre les nations, organisations ou personnes qui ont planifié, autorisé, commis ou aidé les attaques terroristes du 11 septembre 2001 ou hébergé de telles personnes ou organisations, en vue de prévenir d'éventuels futurs actes de terrorisme contre les États-Unis.[402] En Russie, depuis 2006, une loi quant aux mesures à adopter face au terrorisme met l'accent, dans sa définition du terme « terrorisme », sur le fait qu'il s'agit d'actes ayant pour cible l'État.[403] Cette observation illustre le fait que dans le « nouvel ordre mondial post-guerre froide », « la Russie [croit] à la réalité de la menace du *terrorisme international*, et POUTINE [entend] saisir la chance d'aligner la Russie sur les positions de l'Occident »[404].

Comme le rappelle Andreï SOLDATOV : « Les services secrets peuvent avoir des habitudes similaires qui sont liées à des raisons similaires. Par exemple, l'implication dans la lutte contre le terrorisme va inévitablement conduire à l'émergence de méthodes sévères »[405]. Et il est vrai que la doctrine de lutte contre le terrorisme développée aux États-Unis dans l'immédiat après 11

[400] SILBERZAHN (Ph.), *Identité, culture organisationnelle et surprises stratégiques : l'exemple de la CIA*, dans *Le journal de l'école de Paris du management*, n°109, [En ligne], 2014, p. 39.
[401] SUSKIND (R.), *The one percent doctrine. Deep inside America's pursuit of its enemies since 9/11*, New York, Simon & Schuster Paperbacks, 2006, p. 26.
[402] *Ibid.*, p. 15et p. 17.
[403] SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), *op. cit.*, p. 229.
[404] SMITH (J.), art. cit., p. 763.
[405] Entretien avec SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), Journalistes d'investigation et experts en services de sécurité russes, 17 février 2013.

septembre est parfois appelée « 1% doctrine ». L'explication donnée par le vice-président Dick CHENEY permet de comprendre la mentalité de l'administration américaine et l'impact violent qu'ont pu avoir ces attentats dans la conception du monde de nombre de hauts dirigeants, à cette époque. Il énonce « if there's a 1% chance that Pakistani scientists are helping al-Qaeda build or develop a nuclear weapon, we have to treat it as a certainty in terms of our response […] It's not about our analysis, or finding a preponderance of evidence […] It's about our response »[406]. Eric HOBSBAWM relève que la politique américaine dans les années qui ont suivi le 11 septembre 2001 a contribué à augmenter l'instabilité et l'imprédictibilité des menaces dans le monde.[407]

Le terrorisme se caractérise donc par la mise en œuvre de méthodes violentes dans le but de semer la terreur par le caractère exceptionnellement grave d'actes criminels, par son caractère idéologique (qu'il soit politique ou religieux). Cependant, il n'existe pas de consensus à propos de la relation qui existe entre le terrorisme et la terreur : certains voient le terrorisme comme la plus organisée des formes de terreur, alors que d'autres voient la terreur comme un état d'esprit. Par ailleurs, la terreur peut exister sans terrorisme, alors que la terreur est la clé du terrorisme. [408] Le terrorisme est le fait de groupes organisés qui s'adonnent à des activités criminelles nécessaires à la commission d'un tel acte et dans la poursuite d'un but. La menace terroriste la plus récente et la plus importante est actuellement un terrorisme d'inspiration islamiste, donc religieux, qui « à la différence du terroriste « séculier », ne cherche pas à convaincre ; il n'a pas d'autre interlocuteur que lui-même : tout ce qui est en dehors est apostat ou infidèle, donc cible potentielle »[409].

Le chaos qui menace les sociétés postmodernes émerge d'État prémodernes, trop faibles pour assurer leur propre sécurité, d'où des acteurs tels que les organisations criminelles ou terroristes peuvent lancer des attaques vers d'autres parties du monde. Ceci a pour conséquence directe la naissance d'un « nouvel impérialisme de défense » basé sur la coopération, acceptable pour les opinions publiques des États postmodernes, pour assurer l'ordre.[410] Une autre forme de coopération est également mise en œuvre, c'est celle des agences de renseignement, en vue d'une

[406] SUSKIND (R.), *op. cit.*, p. 62.
[407] HOBSBAWM (E.), *op. cit.*, p. 47.
[408] THACKRAH (J. R.), *op. cit.*, p. 264-265.
[409] GUENIFFEY (P.), art. cit., p. 165.
[410] COOPER (R.), art. cit., p. 146-148.

mutualisation des moyens dans des alliances interservices puisqu'« aujourd'hui, la coopération internationale de renseignement est devenue une question vitale pour la plupart des agences, même pour les plus grandes. Pour tout service occidental, le nombre de partenaires étrangers, au profil parfois bien éloigné du standard démocratique, a explosé, de même que le volume des informations ainsi échangées »[411]. La coopération des « services de renseignement repose sur la perception d'une ou de plusieurs menaces communes »[412]. Par le passé, différentes agences de renseignement ont collaboré, notamment dans le cadre de la lutte contre le communisme ou le fascisme. À l'heure actuelle, la solidarité entre services se traduit par une collaboration de certains d'entre eux sur des matières ayant trait à la lutte contre le terrorisme international. Cette manière de procéder permet de répartir les coûts éventuels et de partager les éventuels risques et bénéfices. Les renseignements peuvent donc s'échanger entre certains services alliés. Une nouvelle vague de coopération est ainsi apparue dans le contexte de la lutte contre le terrorisme d'origine islamique, dans l'après 11 septembre 2001. Si les relations coopératives qui existent entre les services ne sont pas connues, il est possible de citer le chiffre de 280 accords de coopération revendiqués par le service canadien SCRS et de 200 coopérations par la DGSE. Les accords de coopération entre services, vraisemblablement nombreux, s'expliquent par la nature mondialisée des menaces auxquelles les États contemporains doivent faire face. Si cet éclairage sur les relations qu'entretiennent les services de renseignements entre eux prête à penser que la collaboration rend possible l'émergence d'un éventuel service de renseignement européen, il reste tout de même vrai que des services engagés dans une coopération sur certaines matières peuvent être opposés dans d'autres domaines d'activité. Par ailleurs, le renseignement demeure un outil d'application de la souveraineté étatique.[413]

La protection de la société et des individus qui la composent est la fonction originelle de l'État et les services de renseignement participent activement à cette fonction. Le discours politique antiterroriste vise « à rassurer par une double expression de fermeté (dans la lutte contre le terrorisme et la recherche des coupables) et de maîtrise (la répression est encadrée par la justice) ». Ce type de discours comporte une « dimension performative forte. S'il rend compte d'actions

[411] HAYEZ (Ph.), art. cit., p. 99.
[412] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 134.
[413] *Ibid.*, p. 133-150.

policières ou judiciaires, il réalise dans le même mouvement cette lutte contre le terrorisme. Dire qu'on lutte contre le terrorisme, c'est déjà prendre part à cette lutte ».[414] La communication des services de renseignement n'est bien entendu pas, à proprement parler, un « discours politique antiterroriste », mais il sera expliqué comment les menaces rendent compte d'une vision du monde et comment celle-ci se déploie à travers la communication web des agences étatiques étudiées.

[414] FRAGNON (J.), *Les rituels nécessaires du discours antiterroriste*, dans *Le Huffington Post*, 8 janvier 2015, [En ligne], <http://www.huffingtonpost.fr/julien-fragnon/les-rituels-necessaires-du-discours-antiterroriste_b_6432638.html?utm_hp_ref=france>(Page consultée le 15 juillet 2015).

2.2.4. Une communication consensuelle ?

> *« Les institutions créent des zones d'ombre que l'on ne peut ni observer ni questionner. Elles créent d'autres zones qui, attentivement examinées et bien ordonnées, présentent au contraire des détails finement distingués ».*
> *-Mary Douglas*[415]*-*

Selon une des thèses avancées par Luc VAN CAMPENHOUDT, « le pouvoir développe une idéologie consensualiste dans ses rapports avec les citoyens ». Cette idéologie est décelable, notamment, dans le développement d'un lexique consensuel. Ainsi, ce qui évoque la division de la société, le désaccord ou la conflictualité est connoté négativement. À l'inverse, des termes tels que « partenariat », « transparence », « gouvernance », « synergie », « société civile » ou encore « projet », forment une famille lexicale connotée positivement dans laquelle les organisations puisent à l'envi pour exprimer et insister sur la coordination harmonieuse des différentes parties prenantes.[416]

À travers les analyses qui sont développées dans la présente thèse, un intérêt particulier est donc porté à la place accordée à la conflictualité dans le discours des services de renseignement étudié et au degré de consensualisme véhiculé dans la vision du monde de ces organismes. Cependant, il convient de tempérer cette assertion selon laquelle il existe une idéologie du consensualisme en rappelant qu'« une théorie du monde doit commencer par diviser et non par mesurer »[417]. Cela revient à dire que la vision du monde la plus élémentaire consiste en une classification polarisée, mais aussi que les institutions sont productrices de catégories auxquelles les individus se réfèrent. Et donc, les institutions font appel en dernier ressort à une classification qui peut relever de la conflictualité. L'expression de cette conflictualité peut, elle, se traduire par un discours consensuel. Le consensualisme s'observe donc par l'utilisation de termes appartenant à une famille lexicale qui regroupe toutes les notions auxquelles il suffit de s'opposer pour se voir immédiatement désavoué.

---

[415] DOUGLAS (M.), *op. cit.*, p. 85.
[416] VAN CAMPENHOUDT (L.), *Structures sociales et pouvoir* [notes prises dans le cours SOC 2015], Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve, 17 mai 2010.
[417] DOUGLAS (M.), *op. cit.*, p. 79.

Par ailleurs, l'utilisation d'euphémismes, de présupposés et de syntagmes figés sont autant d'indices révélateurs de ce modèle idéologique. Les syntagmes figés ou expressions figées sont des mots qui constituent un « ensemble plus difficilement fractionnable »[418], tels que « droits de l'homme » ou « changement climatique », par exemple. Le figement se caractérise par un facteur de prévisibilité lié à un contexte spécifique et à un interprétant. Les syntagmes figés sont révélateurs d'ancrages idéologiques.[419] « Le présupposé est une condition de vérité du message »[420] difficile à contester, à l'instar de la famille lexicale consensuelle. Par exemple, lorsqu'un journal titre « Pourquoi la France a peur », cela implique comme présupposé que « la France a peur ».[421] Le discours institutionnel use des présupposés comme étant autant de « lieux de consensus »[422] et « la grande réussite de la pensée institutionnelle est de rendre nos institutions complètement invisibles »[423].

Les différentes caractéristiques énumérées ci-avant s'appliquent aux différents discours institutionnels, de manière générale, et permettent de les identifier « en tant qu'ils sont guidés par un double principe de formation, conjuguant stabilisation des énoncés et effacement de la conflictualité »[424]. Les institutions oublient certains faits également, remodèlent l'histoire à des fins immédiates et pragmatiques, ou réévaluent certains mots, certains faits : des faits sont relégués à l'oubli, d'autres sont portés en pleine lumière, afin « d'adapter les déformations optiques au goût du temps présent »[425] et d'assurer son propre système de cohérence mnésique.

Par la suite, cette thèse expliquera comment ce consensualisme se développe dans la communication des institutions de renseignement et comment les services résolvent la question de la communication à propos de menaces en se conformant aux thèses de Luc VAN CAMPENHOUDT.

[418] KRIEG-PLANQUE (A.), *op. cit.*, p. 97.
[419] *Ibid.*, p. 97-103.
[420] *Ibid.*, p. 131-132.
[421] *Ibid.*, p. 133.
[422] *Ibid.*, p. 142-143.
[423] DOUGLAS (M.), *op. cit.*, p. 114.
[424] KRIEG-PLANQUE (A.), *op. cit.*, p. 12.
[425] DOUGLAS (M.), *op. cit.*, p. 85.

2.2.5. Une imagerie fictionnelle et mythique ?

> *« SPECTRE always delivers what it promises. Our entire organization survives upon the keeping of those promises... I warned you : we do NOT tolerate failure, Number Three. You know the penalty. »*
> *-Ernst Stavro Blofeld dans From Russia with Love (1963)-*

La perception que les individus entretiennent vis-à-vis du renseignement dépend, cela a été dit, de la conception culturelle de ce secteur d'activité. Cette conception culturelle est largement héritière de l'histoire, mais peut-être plus encore de l'influence médiatique. La presse a vraisemblablement un impact sur l'image des organismes de renseignement, mais la littérature ou le cinéma en ont un également.

Cinéma et littérature ont puisé dans le domaine du renseignement et de l'espionnage pour produire quantité d'œuvres dont le grand public paraît friand. Une des raisons qui explique le succès que connaissent certaines de ces productions repose probablement sur le fait que le secret nourrit les fantasmes. À ce sujet, le récent article d'Ève LAMENDOUR[426] offre un panorama général de la représentation du renseignement dans la fiction et le chapitre de l'ouvrage d'Andreï KOZOVOÏ intitulé « Des espions dans la tête »[427] donne une analyse très complète de la façon dont « l'histoire de l'espionnage russe se nourrit toujours des fantasmes qui naissent dans notre imaginaire »[428] en dressant une très longue liste des œuvres sur le sujet.

La littérature s'est intéressée à ce domaine dès le XIX[e] siècle et les premiers ouvrages d'importance à traiter du sujet sont *L'Espion* (1821) de l'Américain James FENIMORE et *L'Agent*

[426] LAMENDOUR (E.), *Sous la légende. Le récit inédit du renseignement français*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte* n°76, p. 162-168.
[427] KOZOVOÏ (A.), *op. cit.*, p. 331-376.
[428] *Ibid.*, p. 333.

secret (1907) de Joseph CONRAD. Ce dernier connaît de nombreuse adaptation au cinéma et à la télévision. [429] Ce genre a perduré et les déclinaisons de ce type de roman sont abondantes : *Kim* de Rudyard KIPLING (1901), *The Confidential Agent* (1939) et *Our Man in Havana* (1958) de Graham GREENE, *The Spy Who Came in from the Cold* (1963) et les nombreux ouvrages de John LE CARRÉ, les *OSS 117* de Jean BRUCE, les livres de Tom CLANCY, ceux de Robert LUDLUM, etc. Il est bien sûr impossible de tous les citer. Le roman d'espionnage a la particularité qu'il« nous installe dans l'exceptionnel; tous les coups y sont permis »[430]. Ce type de récit exploite également, c'est le cas aussi pour la production cinématographique, les rapports de la fiction à la réalité, tels que la guerre froide ou le terrorisme et placent donc bien souvent l'action dans un contexte politique international.

Au cinéma, les films d'espionnage les plus célèbres sont les *James Bond* de Ian FLEMING, qui publie pour la première fois les aventures de son héros en 1953, date de la parution de *Casino Royal*. 24 films officiels sont sortis dans les salles de cinéma, depuis 1962 (Dr. No) jusqu'à *Spectre* (2015). Et plus d'une vingtaine d'adaptations vidéoludiques rendent compte de la popularité du personnage ; depuis *James Bond 007* sur Commodore 64 (1983) jusqu'à *007 Legends* sorti en 2012. Les aventures de James Bond permettent de prendre conscience du fait que le roman d'espionnage est un sous-genre de l'épopée populaire[431] dans lequel le protagoniste principal travaille bien souvent secrètement pour un État ou dans lequel une agence secrète est à l'œuvre.

Les adaptations cinématographiques ou télévisuelles sont elles aussi abondantes et il est possible de citer, à titre d'exemple : *Agent secret* (1936), *L'Espion qui venait du froid* (1965), *Le Professionnel* (1981), *Espion, lève-toi* (1981), *Nikita* (1990), *Ennemi d'État* (1998), *Spy game* (2001), *Le Tailleur de Panama* (2001), la série de films sur *Jason Bourne* (2002-2016), *Syriana* (2005), *La Vie des autres* (2006), *Munich* (2006), *OSS 117* (deux films : un en 2006 et un en 2008), *L'Affaire Farewell* (2009), *Salt* (2010), *La Taupe* (2011), *Argo* (2012), *Möbius* (2013), *The Man from UNCLE* (2014), *Le pont des espions* (2015), *Homeland* (série), *The Americans* (série), *Archer* (série), *Le Bureau des Légendes* (série), etc. « Si l'on doit faire un bref état des lieux de la

[429] LAMENDOUR (E.), art. cit., p. 162.
[430] BOUCHARD (G.), *Le roman d'espionnage*, dans *Études littéraires*, n°1, 1974, p. 27.
[431] *Ibid.*, p. 28.

production télévisée de fiction consacrée à l'espionnage, deux aspects sont frappants : la place prédominante du monde anglo-saxon dans la représentation et l'ethnocentrisme du propos »[432]. La plupart de ces œuvres mettent en scène une poignée d'agents spéciaux face à des situations périlleuses, dans un contexte politique réel ou plausible, qui les conduisent à un dénouement heureux. Les ficelles habituelles de ces récits comportent aussi bien souvent des environnements luxueux (voitures, hôtels, casinos, etc.) ou exotiques, des femmes sublimes, des gadgets, etc.[433]

Les œuvres fictionnelle qui ont trait à l'espionnage et au renseignement ont contribué à constituer une sorte de mythe de l'espion auquel il est fait perpétuellement référence, y compris dans les médias. La confusion entre ce mythe « et le personnel réel des services de renseignement conduit ainsi l'opinion publique à fantasmer le rôle et la valeur intrinsèque des hommes et des femmes qui sont au service du renseignement »[434]. C'est la raison qui conduit certains organismes de renseignement à prendre en compte ces constructions culturelles pour démystifier (du latin *mysta*, celui qui est initié aux mystères) et démythifier (du grec *mythos*, la fable) la réalité de leur travail.

[432] LAMENDOUR (E.), art. cit., p. 163.
[433] FERRO (C.), *L'image des services de renseignement et de sécurité. France, Royaume-Uni, Allemagne et Belgique, op. cit.*, p. 43-44.
[434] *Ibid.*, p. 45.

2.2.6. Communication ou propagande ?

« The printing press is the greatest weapon in the armoury of the modern commander. »
-T.E. Lawrence-

Au cours des différents entretiens menés dans le cadre de cette recherche, la communication de certains services a parfois été décrite comme étant de la publicité, voir même de la « propagande ». Ainsi, Guy RAPAILLE faisait remarquer que certains sites essayent « d'atteindre un but en valorisant les choses positives et en passant sous silence les choses négatives »[435], tout en admettant « je vois que c'est le mot *propagande* qui pose problème parce que dans le dictionnaire ce mot a une connotation péjorative »[436]. Il apparaît que le terme « propagande », ayant une connotation péjorative, est souvent remplacé par d'autres mieux admis. Ainsi sont apparues les expressions de « diplomatie publique », de « diplomatie culturelle », de « soft power » ou encore de « relations publiques » qui recouvrent toutes des concepts assez similaires.[437]

Il est donc intéressant de se pencher sur la question suivante : « La communication web des services de renseignement est-elle de la propagande » ? Pour ce faire, il est nécessaire de définir ce qu'est la propagande et, au terme de l'analyse, de mettre en rapport les résultats obtenus avec cette définition de la propagande. « La propagande existe bien dans l'intention de l'émetteur, qui désire noyer toute résistance, influencer, imposer. Mais elle ne permet pas de comprendre les actes du récepteur qui dispose de capacités de fuite et de contradiction. De plus, la propagande peut « marcher » parce qu'elle entre en résonnance avec les attentes des populations auxquelles elle s'adresse ».[438]

En latin, le mot *propagare* signifie propager, répandre, prolonger. Selon Etienne AUGÉ, « la propagande est une stratégie de communication de masse ayant pour objectifs l'influence de

[435] Entretien avec RAPAILLE (G.), Président du Comité permanent de Contrôle des services de renseignement et de sécurité (Belgique), 27 mars 2015.
[436] *Loc. cit.*
[437] AUGÉ (E.), *Petit traité de propagande à l'usage de ceux qui la subissent*, Bruxelles, De Boeck coll. « Culture & Communication », 2007, p. 21-23.
[438] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 48.

l'opinion et des actions d'individus ou de groupes au moyen d'informations partiales »[439]. Cette définition rencontre donc celle donnée par Guy RAPAILLE : il s'agit d'atteindre un but qui est l'influence d'individus au moyen d'informations orientées par le biais d'une communication de masse. Cette définition pourrait également s'appliquer à la publicité. Comment distinguer la propagande de la publicité ? En soulignant que la propagande a toujours un but politique ou religieux et non économique.

« Le mot [propagande] pourrait être réservé aux sociétés totalitaires où il n'y a pas de pluralisme ni même pluralité des messages et aux situations de contrôle extrême de la communication publique, par exemple les guerres ».[440] Les origines de la propagande remontent à plusieurs milliers d'années avant Jésus-Christ, même si le mot n'apparaît que bien plus tard. Elle est un constitutif civilisationnel d'importance permettant de « convaincre sur une grande échelle »[441]. L'opinion publique commence à se former au milieu du XVIIIe siècle, en parallèle à l'avènement des démocraties modernes et de l'information de masse. Auparavant, la persuasion de masse était majoritairement de l'ordre du religieux. La massification de l'information est concomitante à la généralisation de l'instruction et à la large distribution de la presse écrite : « la communication transforme les foules en public »[442].[443] Les débuts de l'ère de la propagande remontent, environ, à la première guerre mondiale, alors que la Grande-Bretagne introduit une stratégie visant à « influencer ce qui influence ». Ces méthodes ne cessent de se développer et connaissent une importante évolution au cours de la seconde guerre mondiale. Ce domaine d'activité connait de nombreux précurseurs, dès le début du XX^{e} siècle, tels qu'Edward BERNAYS et Ivy LEE, considérés comme ayant eu un impact important sur le développement des relations publiques. Leurs contributions sont également des apports de taille au domaine que certains qualifient de propagande.

Il y a cependant une différence d'ordre éthique entre « propagande » et « relations publiques ». Propagande, désinformation et intoxication forment un ensemble de méthodes en vue

[439] AUGÉ (E.), *op. cit.*, p. 12.
[440] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 48.
[441] AUGÉ (E.), *op. cit.*, p. 14.
[442] CHALIAND (G.), sous la dir. de, *La persuasion de masse. Guerre psychologique, guerre médiatique*, Paris, Robert Lafond, 1992, p. 15.
[443] *Ibid.*, p. 11-15.

de cibler les esprits et les volontés, de propager le doute chez l'adversaire et de conforter le moral de son propre camp. Ces méthodes prennent toute leur dimension dans ce qu'il est convenu d'appeler la « guerre psychologique ». En guise d'exemple, il est intéressant de rappeler que durant la guerre froide, les parties en présence se livrent à ce type de guerre en vue d'une « diabolisation de l'adversaire présenté comme agressif, fauteur de guerres et appuyant des régimes impopulaires et corrompus. Corollaire : se présenter comme épris de paix, d'amitié entre les peuples et partisans de l'émancipation de ceux-ci »[444]. La manipulation médiatique n'est pas que l'apanage des régimes totalitaires. La guerre du Golfe en est un autre exemple et illustre le fait que la propagande n'est pas seulement destinée à l'adversaire.[445] La propagande se différencie de la désinformation qui « emploie des informations délibérément fausses, alors que la propagande joue sur l'apparence de l'information »[446].

Le terme renvoie à une définition subjective de la communication puisqu'il s'agit d'« appliquer un jugement de valeur sur la communication de l'adversaire »[447] puisque la propagande est presque par définition la communication mensongère et/ou partiale d'un antagoniste. Le sens péjoratif du terme ne lui sera attribué qu'après la première guerre mondiale, et provient essentiellement des liens qui ont unis la propagande et certaines idéologies au cours de l'histoire. Étant donné qu'il s'agit d'un jugement de valeur, il est difficile de vouloir traiter de façon neutre de la propagande. [448] La propagande joue sur les formules et a un aspect idéologique. La notion de formule « […] désigne une expression lexicale figée […] qui renvoie à une notion jouant sur le plan idéologique un rôle fondateur et actif dans une situation historique »[449]. Comme exemple de formule, il est possible de citer : « développement durable », « État totalitaire » ou encore « réchauffement climatique ». Ces critères permettent de discerner l'aspect idéologique du discours. Andrea CATELLANI propose de se baser sur le critère de respect des intérêts du destinataire et de la possibilité qui est laissée de choisir par rapport aux valeurs proposées.[450] Et donc, « un

[444] CHALIAND (G.), *op. cit.*, p. 12-13.
[445] *Ibid.*, p. 12 et p. 21-22.
[446] AUGÉ (E.), *op. cit.*, p. 17.
[447] AUGÉ (E.), *op. cit.*, p. 12.
[448] *Ibid.*, p. 13.
[449] MAINGUENEAU (D.), *op. cit.*, p. 66.
[450] CATELLANI (A.), *Un apport sémiotique aux approches critiques de la communication. Notes sémio-rhétoriques sur le discours environnementaliste et sur la critique on-line du greenwashing*, art. cit., p. 207.

texte peut être idéologique, en représentant le monde de façon déformée, en fonction de certains intérêts et pouvoirs »[451].

« Censés façonner les idées des individus malgré eux, les manipuler, les médias agiraient comme des hypnotiques ou les abuseraient par les stéréotypes qu'ils véhiculeraient ».[452] Cette idée selon laquelle les médias induiraient certains comportements est éminemment liée aux théories béhavioristes, aux thèses de conditionnement des comportements[453] et à l'exagération des effets de ce qu'il est convenu d'appeler la propagande. Cette crainte infondée des effets produits par les médias se retrouve à toutes les époques : depuis la volonté d'exclure les poètes de la Cité durant l'Antiquité grecque, à la terreur incontrôlée qu'éprouvent certaines personnes de voir les jeux vidéo transformer leurs enfants en monstres psychopathes. « Pourtant rien n'accrédite vraiment la puissance démesurée des médias, même en temps de guerre »[454]. Pour finir, il est utile de noter que les théories qui bornent à des stimuli physiques le rapport de l'être humain à son environnement sont, aujourd'hui, largement dépassées. Les effets persuasifs de la communication et de la publicité se limitent à rendre disponibles des produits ou des idées. Il n'y a pas de toute puissance des messages.[455]

Pour pouvoir déterminer si les sites web analysés relèvent de la propagande, il est nécessaire de dépasser la seule définition du terme comme étant un jugement de valeur posé sur la communication d'un antagoniste et de caractériser le phénomène suivant un ensemble de critères significatifs et repérables. Pour cela, cette recherche choisit de se baser sur la définition de Jacques ELLUL qui énonce que la propagande recouvre « l'ensemble des méthodes utilisées par un groupe organisé en vue de faire participer activement ou passivement à son action une masse d'individus ».[456] Cette définition, assez générale, offre l'avantage de couvrir un large panel de phénomènes analogues dès l'Antiquité[457], mais ne permet pas de caractériser suffisamment le

[451] CATELLANI (A.), *Un apport sémiotique aux approches critiques de la communication. Notes sémio-rhétoriques sur le discours environnementaliste et sur la critique on-line du greenwashing*, art. cit., p. 207.
[452] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 45.
[453] Ivan P. PAVLOV et Vladimir M. BEKHTEREV.
[454] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 47.
[455] *Ibid.*, p. 52-53.
[456] ELLUL (J.), *Propagandes*, Paris, Economica, 1990, p. 75.
[457] ROGNON (Fr.), *Jacques Ellul. Une pensée en dialogue*, Labor et Fides, Genève, 2007, p. 47.

phénomène étudié, raison pour laquelle il convient de la compléter. L'accomplissement de l'action est l'objectif visé par la propagande qui relève de la « capacité qu'a son émetteur, dans le cas qui nous occupe une organisation gouvernementale, non pas seulement de faire croire ou faire adhérer quelqu'un à une orthodoxie (doxa = opinion), mais de provoquer une orthopraxie (praxis = action) soit l'action attendue »[458]. L'objectif de la propagande est toujours politique ou religieux et non économique, ce qui permet de distinguer la définition donnée ci-avant de la publicité.

Quels critères permettent de distinguer la propagande ? Premièrement, la propagande se fonde sur un mythe, une image diffuse du monde et de la condition des individus. Ce mythe est profondément ancré dans l'affect et vise à pousser le récepteur à l'action.[459] Les mythes renvoient aux « croyances dogmatiques constitutives de l'opinion commune »[460] de TOCQUEVILLE, croyances appelées par Jacques ELLUL, les « mythes modernes ». Ceux-ci se distinguent des « mythes traditionnels » « qui situent l'état de perfection dans le temps révolu […] Dans les mythes modernes, la marche du temps se présente comme un processus d'amélioration dont le point d'aboutissement est, à l'infini, la réalisation des fins de l'humanité (liberté, justice, vérité, paix, bonheur) »[461]. Les mythes modernes situent « la perfection ou l'accomplissement dans le futur [et] invitent leurs croyants à participer activement à l'avènement de l'avenir imaginé »[462]. Deuxièmement, la propagande suppose une continuité des messages qui permet d'obtenir l'adhésion collective en vue d'un conflit.[463] Cela a été dit antérieurement (voir page 15), le XXI^{e} siècle est caractérisé par une atténuation de la distinction entre temps de paix et temps de guerre et il est donc nécessaire de considérer le terme conflit comme renvoyant à une réalité diffuse où les guerres « conventionnelles » se déroulent en parallèle de conflits moins perceptibles (par exemple, les conflits économiques, les cyberattaques, etc.). La propagande relève du domaine politique et « seule la propagande peut amener à l'Unanimitas dans un corps social aussi vaste que la nation

[458] GUSSE (I.), *Mythes modernes, propagande et communications publicitaires de l'armée canadienne en 2010*, dans *Global Media Journal – Edition canadienne*, Volume 8, Numéro 1, Ottawa, 2015, p. 55.
[459] *Ibid.*, p. 56.
[460] TAGUIEFF (P.-A.), *L'idée de progrès. Une approche historique et philosophique. Suivi de : Éléments d'une bibliographie*, dans *Les cahiers du CEVIPOV*, n°32, 2002, p. 21.
[461] *Ibid.*
[462] *Ibid.*
[463] ELLUL (J.), *Responsabilités de la propagande*, dans *Topique*, 2010/2, n°111, 2010, p. 8

moderne »[464] où l'opinion publique est décisive et où il est nécessaire d'entretenir un climat d'instabilité et d'angoisse propice au soutien d'un conflit.[465]

Comme cela a été dit, il apparaît que les guerres modernes reposent sur des mythes et que la propagande, en tant que mécanisme de justification, les exploite. [466] Dans la partie consacrée à l'analyse, il est expliqué comment ce mécanisme de justification intervient dans la communication des services. Ainsi, les mythes fondateurs et les mythes secondaires listés par Isabelle GUSSE, sur base des théories de Jacques ELLUL, apparaissent comme pertinents pour déceler l'existence d'une propagande dans la communication. A partir des mythes fondateurs, que sont la Science, l'Histoire et le Progrès, et des mythes secondaires qui y sont associés, cette recherche a choisi de s'intéresser à l'existence ou non des mythes suivants dans la communication des organismes étudiés : le progrès technique et humain, l'appartenance à une fratrie, l'affirmation de la sauvegarde de l'ordre, de la paix et de la démocratie, l'assurance du professionalisme de l'organisation, le mythe du héros protecteur, celui de la carrière et celui de la vie rêvée. [467]A cela, il est adjoint la caractérisation de la propagande de Gérard CHALLIAND qui en énonce les règles suivantes : la simplification et la présentation d'un ennemi unique, le grossissement et la défiguration (caricaturer l'ennemi), l'orchestration (répéter les mêmes idées qui traduisent le même concept), la volonté de créer une unanimité par principe de contagion (mimétisme) et la transfusion (utilisation d'une idée populaire, de préjugés).[468]

La communication web des services de renseignement est-elle de la propagande ? Cette recherche montre que l'utilisation de cette catégorie peut s'avérer complexe étant donné sa nature subjective. Cependant, cette partie a permis de caractériser le phénomène en retenant une définition, celle de Jacques ELLUL, et de déterminer un certain nombre d'éléments significatifs qui permettent de mettre en évidence les éléments discursifs susceptibles de renvoyer à ce concept, comme c'est expliqué par la suite[469]. L'analyse apportera également des éléments explicatifs, sur les sites internet étudiés, concernant le déploiement d'une communication caractérisée par son

[464] ELLUL (J.), *Responsabilités de la propagande*, art. cit., p. 9.
[465] *Ibid.*, p. 10 et p. 12
[466] *Ibid.*, p. 12-15.
[467] GUSSE (I.), art. cit., p. 58
[468] CHALIAND (G.), *op. cit.*, p. 131.
[469] Voir à ce sujet le point intitulé « Interprétation des résultats de la recherche » (p. 272).

consensualisme de manière à se référer à certains mythes susceptibles de justifier la vision du monde des services de renseignement et d'emporter l'adhésion des destinataires potentiels.

2.2.7. Les parties prenantes

Une autre interrogation qui survient lors de la consultation des sites web des institutions étudiées consiste à se demander à qui ces sites sont adressés. Une façon d'envisager ce questionnement consiste à dégager les différentes parties prenantes de ces institutions. Ce point vise à définir ce qui est entendu par la terminologie de « parties prenantes ». Ce terme permet d'envisager les publics des institutions comme étant des acteurs et non plus comme de simples entités passives.[470]

Les origines du terme « parties prenantes » remontent à environ 1930, « chez Bearle & Means (1932), tout d'abord, qui constatent très tôt que les dirigeants sont confrontés à une pression sociale afin qu'ils reconnaissent leurs responsabilités auprès de tous ceux qui peuvent être affectés par les activités organisationnelles »[471]. Cependant, il faut attendre 1963 pour voir émerger une réelle théorie des parties prenantes dont R. Edward FREEMAN serait le père fondateur. Dans son ouvrage, *Strategic management : a stakeholder approach*, il parle des parties prenantes comme étant les groupes qui jouent un rôle vital dans le succès d'une entreprise, dans l'environnement actuel. Les définitions de termes se sont multipliées à l'envi depuis. Cette thèse retient celle donnée par FREEMAN et REED, en 1983, qui relève d'une conception plus large : « toute personne ou tout groupe de personnes à même d'affecter la réalisation des objectifs organisationnels ou susceptibles d'en être affectés ».[472]

L'intérêt pour l'institution caractérise les parties prenantes qui sont actives et impliquées par rapport à l'organisation et ne sont donc plus de simples publics cibles passifs, mais des

[470] BILLIET (S.), *Les relations publiques. Refonder la confiance entre l'entreprise, les marques et leurs publics*, Paris, Dunod, 2009, p. 141-142.
[471] MULLENBACH-SERVAYRE (A.), *L'apport de la théorie des parties prenantes à la modélisation de la responsabilité sociétale des entreprises*, dans *La Revue des Sciences de Gestion*, n°223, 2007, p. 110.
[472] *Ibid.*, p. 111.

individus en relation avec elle. Cette théorie met en évidence « la représentation des mécanismes de la décision et des rapports de pouvoir au sein de cette organisation ; elle propose de repenser les modèles de gouvernement […] et par conséquent [la prise en compte des] parties qui agissent directement avec elle ou indirectement en l'influençant »[473]. Une des typologies les plus connues est le modèle de MITCHELL, AGLE et WOOD (1997) qui classe les différentes parties prenantes selon leur pouvoir, leur degré de légitimité et d'urgence. Ces différents critères se conjuguent, sont évolutifs et permettent de classer les parties prenantes en sept catégories. Ce sont bien sûr des classifications qui relèvent moins de la réalité que d'une construction sociale et des perceptions. D'autres auteurs les classent en fonction de leur localisation (externes ou internes) et d'autres, encore, en fonction de leur degré de priorité pour l'organisation (primaires et secondaires).[474]

Sans recourir à l'une ou l'autre de ces typologies, mais en adhérant relativement à cette théorie qui vise à considérer les destinataires potentiels des sites internet comme autant de parties prenantes, et non comme de simples récepteurs passifs, cette thèse met également en évidence les différentes parties prenantes concernées par la communication web des services de renseignement. Celles-ci sont présentées plus avant dans la partie empirique qui permet de caractériser les différents destinataires.

[473] BONNAFOUS-BOUCHER (M.) et DAHL RENDTORFF (J.), *op. cit.*, p. 5.
[474] MULLENBACH-SERVAYRE (A.), art. cit., p. 113-115.

2.2.8. Temporalité de la communication

« Votre travail n'est certes pas toujours facile. Vos succès sont rarement reconnus et vos échecs criés sur tous les toits. Parfois, j'ai moi-même eu une telle attitude ».

-John F. Kennedy lors d'une cérémonie à la CIA[475]*-*

Face à l'urgence, la mise en scène du risque et la nécessité de réactivité qui caractérisent la société actuelle dans laquelle l'usage généralisé de technologies de communication se rapporte à l'accélération des flux informationnels, cette recherche propose d'établir quelques principes de base qui gouvernent la temporalité de la communication web des services de renseignement.[476]

D'abord, il est nécessaire de préciser que cette question se pose dans le contexte d'ouverture d'institutions dont le secret constitue un des aspects. Le secret n'est pas une singularité des services de renseignement puisque toute organisation dispose d'une part intrinsèque de secret. Ce secret peut être technique, par exemple, et offre alors un avantage concurrentiel. La différence inhérente aux institutions étatiques de renseignement repose sur la légalité de ce secret qui porte sur la classification des données et sur le *need to know* : « the ability and opportunity to obtain knowledge of classified information by persons with the proper security clearance and a need to know of specified classified information »[477]. Ce secret est nécessaire à l'exercice des missions qui leur sont confiées et la divulgation d'informations classifiées peut avoir des impacts sur l'intégrité physique des personnes ou sur la sécurité de l'État.

D'une part, la classification des informations consiste en un acte de qualification de documents, quel que soit leur support, dont le fondement légal repose, en général, sur l'application d'une loi. D'autre part, l'accès aux documents classifiés est également régi par une règle de

[475] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 175.
[476] CARAYOL (V.), *Principe de contrôle, communication et temporalités organisationnelles*, dans *Études de communication*, n°28, [En ligne], 2005, p. 1-2.
[477] [US DEPARTMENT OF DEFENSE], *Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. 8 November 2010 (As Amended Through 15 February 2016)*, [s.l.], 2016, p. 1.

cloisonnement qui s'oppose à la libre circulation de l'information et qui vise à conférer ledit accès aux personnes qui en ont la nécessité pour l'exercice de leurs fonctions et de leurs missions : « a criterion used in security procedures that requires the custodians of classified information to establish, prior to disclosure, that the intended recipient must have access to the information to perform his or her official duties »[478].

L'usage généralisé de ces deux principes permet d'éviter les fuites d'information et de conserver les secrets utiles à l'exercice des missions des agences de renseignement. Cependant, ces principes sont également contraignants au niveau légal. La déclassification des documents, par exemple, ne peut se faire que dans des dispositions prévues par la loi et, généralement, suite à un délai de plusieurs années. Plusieurs pays respectent un délai légal de 30 ans au terme duquel les documents sont évalués en vue d'une éventuelle déclassification. Dès lors, il est exclu de communiquer dans l'immédiat à propos de certains sujets sur les sites internet des institutions qui ont pour prérogative le renseignement.

Concernant les autres canaux de communication, les services n'hésitent pas à publier des rapports annuels détaillés, à assurer une présence sur les médias sociaux ou encore à favoriser les relations presse, mettant en ligne des communiqués de presse de manière à assurer une information exacte : « il y a des journalistes qui traitent l'information de manière très professionnelle et qui n'hésitent pas à nous appeler pour recouper l'information. Il ne nous est malheureusement pas toujours possible de confirmer ou d'infirmer une information »[479]. Les services sont également présents dans le domaine de la recherche et de la formation, à des degrés variés, comme le mentionne la Sûreté de l'État : « il y a peu de temps, un peu avant les attentats, nous avons fait notre premier briefing-formation à destination des médias sur le radicalisme et son processus vus par la Sûreté de l'État »[480].

[478] [US DEPARTMENT OF DEFENSE], *Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. 8 November 2010 (As Amended Through 15 February 2016)*, [s.l.], 2016, p. 165.
[479] Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016.
[480] *Loc. cit.*

Figure 4 : Tweet du compte officiel du GCHQ

Les médias sociaux offrent une réactivité accrue et une plus grande interaction avec les internautes, mais leur utilisation, bien qu'en augmentation depuis le début de cette recherche, n'est pas encore généralisée : « il y a le risque d'alimenter la machine à fantasmes ou de voir quelqu'un révéler une opération en cours »[481]. La CIA a notamment eu recours aux médias sociaux pour réagir aux scandales liés à l'usage de la torture dans les *Black Sites*, comme c'est expliqué dans la partie empirique de cette thèse.

[481] Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la Direction Générale de la Sécurité Extérieure (France) depuis juin 2010 et ancien officier traitant et analyste, 19 février 2014.

Les sites internet des services de renseignement comportent majoritairement de l'« information froide » et il en résulte donc un affranchissement général des contraintes temporelles[482]. Les limites de la communication sont vraisemblablement très similaires d'une institution à l'autre. Pour la DGSE, « il est hors de question de divulguer des informations classifiées, de mettre en danger des sources humaines, de mettre en péril d'éventuelles enquêtes judiciaires ou des enquêtes du service. Une autre limite d'importance concerne la protection de notre personnel : leur identité et leur intégrité »[483]. Pour la Sûreté de l'État : « quatre sujets sur lesquels nous ne communiquons pas : les opérations, nos capacités, nos personnels et nos partenaires. C'est un dénominateur commun pour l'ensemble des services. Communiquer sur le budget ne pose pas de problème, mais il est exclu de détailler sa ventilation, par exemple »[484].

Les informations disponibles sur les sites sont donc caractérisées par leur lien faible à l'actualité, tout en affichant cependant les préoccupations du service lors de l'explication des missions. Mais la grande majorité du contenu est factuelle et peut se résumer à l'explication donnée par le Directeur adjoint du Service de Renseignement de l'État du Luxembourg : « il est utile de communiquer pour montrer que les services n'opèrent pas dans une zone de non-droit, mais qu'ils disposent d'un cadre légal qui définit leur mission et explicite leurs moyens et méthodes »[485].

[482] Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la Direction Générale de la Sécurité Extérieure (France) depuis juin 2010 et ancien officier traitant et analyste, 19 février 2014.
[483] *Loc. cit.*
[484] Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016.
[485] Entretien avec le Directeur adjoint du Service de Renseignement de l'État du Luxembourg, 23 avril 2014.

2.2.9. Stratégies et dimensions de la communication

> *« […] but they also know that it is necessary that the war should continue everlastingly and without victory. »*
> *-George Orwell, 1984*[486]-

La stratégie de communication des services s'articule autour de différents aspects que ce point vise à détailler. Il est évident que pour certains services, l'enjeu principal est un enjeu de notoriété qui consiste simplement à se faire connaître des citoyens. Comme cela a été expliqué antérieurement, un autre aspect vise à informer les destinataires du rôle des services dans la société. Le site web constitue un outil idéal dans ce cadre puisqu'il permet un contrôle de ce qui est publié tout en offrant une audience plus large que le format papier. Enfin, les organismes développent bien souvent un ensemble de valeurs, qui s'inscrivent dans une vision du monde, insistent sur l'aspect démocratique et légal de leur fonctionnement, ainsi que sur leur rôle d'utilité publique.[487]

Coline FERRO propose de distinguer les différents aspects stratégiques de la communication suivant cinq critères. Premièrement, la logique d'information consiste à se faire connaître et à se faire apprécier, tout en cherchant à démystifier la réalité du métier. Deuxièmement, « alerter » consiste à sensibiliser les destinataires à la menace, ce qui permet de justifier les ressources allouées au service. Troisièmement, la communication présente un aspect d'avertissement qui vise à envoyer un signal aux éventuelles adversaires, c'est-à-dire des groupes criminels ou des puissances étrangères. Quatrièmement, certains organismes cherchent à attirer les talents en cherchant à gagner en notoriété, tout en incitant le destinataire à se manifester en vue d'un éventuel recrutement. Enfin, un dernier aspect concerne la visée pédagogique de la communication qui consiste à crédibiliser l'institution, tout en cherchant à inculquer une culture du renseignement.[488]

---

[486] ORWELL (G.), *Nineteen Eighty-Four*, Londres, Penguin Books, 1973, p. 159.
[487] FERRO (C.), *L'image des services de renseignement et de sécurité. France, Royaume-Uni, Allemagne et Belgique, op. cit.*, p. 620.
[488] FERRO (C.), *L'image des services de renseignement et de sécurité. France, Royaume-Uni, Allemagne et Belgique, op. cit.*, p. 611-639.

Afin de pouvoir développer cette catégorisation des stratégies à travers l'analyse du corpus, cette recherche a adapté quelque peu les catégories citées ci-avant. Six catégories principales sont retenues. La logique d'information repose sur la volonté de l'organisme de répondre aux questions « qui sommes-nous ? » et « que faisons-nous ? ». La justification regroupe les éléments qui permettent au service de se présenter comme ayant un rôle sociétal d'importance, tout en cherchant le consentement des parties prenantes en développant un ensemble de valeurs susceptibles d'emporter leur l'adhésion. Dans ce cadre, les services communiquent sur les menaces et les réussites, par exemple. La crédibilisation repose principalement sur l'histoire et la légalité développées à travers le discours. L'aspect relatif à l'avertissement se traduit dans l'usage de différentes langues et l'explicitation de certaines zones d'intérêt ou des menaces auxquelles le service tend à répondre. Le recrutement vise deux catégories principales, d'une part d'éventuels candidats à des postes au sein du personnel, et d'autre part des sources potentielles. La dimension didactique de la communication est caractérisée par une explication des processus relatifs au renseignement, aux catégories de moyens (tels que le SIGINT, le HUMINT, etc.), par des éléments contribuant à une démystification de l'activité ou encore à la contribution et à la diffusion de recherches et publications sur le renseignement.[489] Cette catégorisation ne devrait pas être vue comme un ensemble d'éléments dissociables les uns des autres, mais plutôt comme un moyen de mettre en perspective les différentes orientations du discours dans sa réception par un ensemble de destinataires.

Ces différents aspects ont donc un impact potentiel sur l'image perçue des organismes de renseignement, mais également sur leur notoriété et leur réputation. La partie consacrée à l'analyse du corpus relève un ensemble d'éléments qui permettent de déterminer l'orientation stratégique des différents sites étudiés. Ce point est développé concomitamment à l'analyse et offre un éclairage supplémentaire sur le contenu des sites web.

[489] FERRO (C.), *L'image des services de renseignement et de sécurité. France, Royaume-Uni, Allemagne et Belgique, op. cit.*, p. 611-639.

2.2.10. Éthique et valeurs

> *« I used to believe in many things, all of it! Now, I believe only in dynamite. »*
> *-A fistful of dynamite-*

Comme le souligne Éric DENÉCÉ, « il est […] primordial de définir la portée de l'éthique et des deux autres critères qui sont pris en considération dans ce milieu particulier (légalité et légitimité) et qui permettent de juger du bien-fondé des objectifs et des méthodes du renseignement »[490]. L'éthique constitue un aspect de la communication qui permet de gagner le soutien du public et de rendre acceptables le secret et les activités qui sont dévolues aux services. En effet, les citoyens et donc, l'opinion publique, constituent un acteur dont il est nécessaire de tenir compte. Le poids de cette opinion publique n'a cessé de croître au cours de la seconde moitié du XX^e^ siècle et s'est avéré être un élément d'importance avec lequel tout pouvoir démocratique doit désormais composer. Cependant, la volonté d'une société transparente, parfois revendiquée dans les médias et par les décideurs politiques, comporte une part importante de dangers tant du point de vue des dérives totalitaristes que cela pourrait impliquer, que du point de vue de la communication qui serait alors exploitée dans une dimension utilitariste et reléguée au rang d'outil de manipulation des masses qui ferait un usage exclusivement stratégique de la transparence.[491] Les méfiances du public à l'égard des organismes étatiques prennent leur source dans les scandales médiatiques qui ont émaillé le XX^e^ et le XXI^e^ siècle, tel le *Watergate*, l'affaire *Wikileaks* et, plus récemment, l'affaire SNOWDEN.[492] Dès lors, comment les services rendent-ils compte de leurs valeurs et de leur vision du monde ? Comment présentent-ils leur mode de fonctionnement pour le faire accepter par le public ?

La définition des valeurs d'un service de renseignement suppose de s'interroger sur son mode de fonctionnement. Dans un domaine où l'information est un moyen d'action offensif et défensif permettant la sauvegarde des intérêts et de la sécurité de l'État, il est absolument nécessaire

[490] DENÉCÉ (E.), *L'éthique dans les activités de renseignement*, art. cit., p. 709.
[491] LIBAERT (Th.), *op. cit.*, p. 67-70.
[492] BEAUCHAMP (M.), *op. cit.*, p. 8-12.

de déterminer dans quelles limites il est possible de communiquer. C'est d'autant plus vrai que l'évolution de la situation internationale « [a] vu s'atténuer la distinction temps de paix / temps de guerre »[493] et que dans ce cadre, les services de renseignement ont une importance stratégique permettant aux pays qui les emploient de bénéficier de capacités d'information pour assurer de façon relativement peu coûteuse la sécurité de leurs citoyens et la sauvegarde des intérêts de l'État. En effet, comme le souligne Guy RAPAILLE, Président du Comité R, « du point de vue du rapport qualité-prix, […] le renseignement est peu coûteux par rapport à ce qu'il apporte comme résultats »[494].

La crise de confiance de la part des citoyens à l'égard des instances dirigeantes, observée par de nombreux théoriciens politiques, est née de la crise de l'État-providence qui trouve un écho dans l'actuelle crise économique et est « caractérisé[e] par un profond désabusement chez les individus à l'égard de la politique, au fonctionnement de laquelle les citoyens se sentent de plus en plus étrangers »[495]. Le souci d'éthique s'est accru et s'est « organisé autour de trois grandes valeurs : la communication, la solidarité et la responsabilité »[496]. L'hétérogénéité des valeurs a rendu la communication indispensable pour qu'il y ait « une rencontre et un dialogue entre les altérités »[497].

[493] VADILLO (F.), art. cit., p. 2.
[494] Entretien avec RAPAILLE (G.), Président du Comité permanent de Contrôle des services de renseignement et de sécurité (Belgique), 27 mars 2015.
[495] BOISVERT (Y.), *Quand l'éthique regarde le politique*, dans *Politique et Sociétés*, vol. 20, n°2-3, 2001, p. 181.
[496] *Ibid.*, p. 192.
[497] *Loc. cit.*

Les suspicions à l'égard de ce qui est secret et le manque de confiance du public dans les institutions étatiques rendent très périlleux l'exercice de la communication d'un service de renseignement. La définition de son identité est le premier passage obligé, car comment est-il possible de « s'adresser à quelqu'un si l'on ne saisit pas, même confusément, quelle définition de soi va s'actualiser dans l'interaction, en rapport avec l'identité d'autrui »[498] ? Dans ce cadre, l'éthique prend une part importante, car elle définit le rapport entre le destinateur[499] et le destinataire[500] dans le sens où elle est « au cœur de la naissance du sujet, qui est toujours suscité par autrui : le face à face qui caractérise la formation d'un sujet est déjà profondément éthique »[501].

La plupart des institutions revendiquent un certain nombre de valeurs. Outre l'assurance généralisée d'œuvrer dans un cadre légal, démocratique et transparent, qui est parfois attesté par l'existence d'organismes de contrôle, les services de renseignement développent une vision du monde caractérisée par la mise en œuvre d'un certain nombre de principes éthiques. Cette affirmation des valeurs est parfois formalisée de manière explicite et cet usage se répand dans nombre d'organisations. Cependant, cet usage, qui vise à caractériser une institution par un ensemble de normes éthiques partagées, apparaît tant relever de l'effet de mode que d'un instrument de gestion sur lequel se fonde l'institution. La critique est évidente et « on pourrait dire qu'elles [les organisations] ont créé de la valeur justement pour leur capacité de falsifier la *vérité* ; parce qu'elles ont manipulé une certaine idée *d'utilité*; ou car elles ont profité de certains rapports *affectifs* afin de tromper et de projeter une image d'honnêteté »[502].

[498] LIPIANSKY (E.-M.), *L'identité dans la communication*, dans *Communication et langages*, n°97, 1993. p. 31-32.
[499] Le destinateur est l'instance qui émet un message.
[500] Le destinataire est celui qui reçoit le message.
[501] DONDERO (M.G.), art. cit., p. 9.
[502] NAHON-SERFATY (Is.), *Pour une critique des relations publiques à l'ère de la contingence : fondements d'une pratique alternative*, dans HELLER (Th.), HUËT (R.) et VIDAILLET (B.), sous la dir. de, *Communication & organisation : perspectives critiques*, Villeneuve-d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2013, p. 419.

Un aspect de cette mise en œuvre falsifiée est décelable lorsque le discours présente une dimension de simplification argumentative « qui l'amène à proposer un raisonnement causal simple en s'appuyant sur des croyances fortes supposées partagées par le plus grand nombre, et de les renforcer en les mettant en scène de façon inéluctable »[503]. Ce type de raisonnement permet d'obtenir l'adhésion du destinataire en le plaçant devant un choix moral ou devant une conséquence inéluctable qui suppose une responsabilité. Le discours se caractérise alors par le déploiement d'arguments de preuve qui mêlent des présupposés d'évidence, renvoie à l'ethos du destinataire et présentent des arguments d'affect. Un exemple est le discours qui se construit autour de la lutte contre le terrorisme qui se développe sur base de la peur du terrorisme et de l'insécurité (pathos) et le fait qu'on ne peut pas refuser de vouloir protéger les individus.[504]

Afin de rendre compte des « mondes possibles », l'aspect éthique de la communication est donc pris en compte et il est examiné dans la partie empirique comment les services mettent en œuvre un certain nombre de valeurs, de manière explicite ou non, visant à affirmer leur identité, tout en justifiant leur rôle sociétal et en créant un rapport avec les destinataires propre à en favoriser l'adhésion. Ces valeurs se basent parfois sur la sacralisation de certains principes, au sens de DURKHEIM. Le sacré soutient et consolide la vision du monde de l'institution et se reconnaît par sa dangerosité, la passion qu'il suscite et par son caractère explicite. L'artefact sacré peut prendre diverses formes, tels que des symboles, des objets, des noms, etc.[505] Ce point permet de montrer comment s'articule le discours d'organismes caractérisé par le secret et qui tendent à adopter une ouverture vers la société civile pour expliquer leur mode de fonctionnement. Car toute la question, n'est-elle pas « comment un État peut[-il] protéger ses citoyens du terrorisme, et en même temps, maintenir une harmonie civique, les règles démocratiques, et l'État de droit, sur son territoire comme à l'étranger ? »[506]

[503] CHARAUDEAU (P.), *Quand l'argumentation n'est que visée persuasive. L'exemple du discours politique*, dans BURGER (M.) et MARTEL (G.), *Argumentation et communication dans les médias*, Québec, Éditions Nota Bene, 2005, coll. Langue et pratiques discursives, p. 32.
[504] *Ibid.*, p. 35-37.
[505] DOUGLAS (M.), *op. cit.*, p. 128-129.
[506] OMAND (D.), *Élaboration des politiques nationales de lutte contre le terrorisme*, dans *Études & débats*, n°4, Paris, 2011, p. 7.

La partie consacrée au cadre contextuel donne un certain nombre de références nécessaires à la compréhension du domaine d'activité dans lequel évoluent les organisations étudiées. Puisqu'il a été dit dans la partie consacrée à la méthodologie que la méthode d'analyse envisagée permet de prendre en compte le contexte de production des messages analysés afin de saisir les significations potentielles de tels messages, il est tout à fait opportun d'établir de manière solide notre compréhension de cet environnement de production auquel il est fait référence, de manière à fixer l'analyse, développée dans la partie suivante, dans un cadre contextuel aussi complet que nécessaire. Ainsi, cette partie de la thèse a établi ce qui est entendu par la notion de « service de renseignement », organisation dont les sites web constituent donc l'objet de cette recherche. Le domaine d'activité a fait l'objet d'un développement historique succint, de manière à pouvoir mettre en lumière l'impact de l'héritage historique et culturel du renseignement dans la communication des services. Les aspects relatifs à la légalité ou au secret sont présentés puisqu'ils constituent des contraintes qui pèsent sur le développement de la communication web des organismes de renseignement. Ensuite, plusieurs facettes de la communication des services ont été abordées afin de préciser un certain nombre de notions vues dans la première partie de cette thèse, concernant la problématique et les axes exploratoires de recherche.

Il est possible d'affirmer, à la fin de cette partie, que la communication web des services de renseignement s'inscrit dans le champ de la communication publique. En outre, il a été dit que cette communication dépasse la simple opposition entre secret et transparence et il a été vu comment cette antinomie n'est qu'une apparence. La présente thèse a cherché à mettre en évidence le rôle de la culture du renseignement, de la temporalité de la communication, des stratégies mises en oeuvre et de la mobilisation de l'éthique dans cette résolution. La réthorique du discours des organismes étatiques de renseignement s'appuie notamment sur une rhétorique duale mobilisant menaces et protection, mais présente également des aspects consensuels propres à la rhétorique démocratisante. Ces aspects permettent-il de déceler une forme de propagande dans le discours ? Toutes ces notions et tous les questionnements posés dans cette deuxième partie de la recherche constituent un ensemble d'éléments à même de faciliter la compréhension des logiques qui émergent des sites étudiés et permettent d'appréhender les images diffusées par les sites web dans la partie suivante consacrée à leur analyse.

Points clés

- Un héritage historique et culturel qui façonne l'image du renseignement
- Un ensemble de contraintes qui relèvent du secret
- Un contexte favorable à l'émergence des sites internet des services de renseignement
- Une communication qui s'inscrit dans le champ de la communication publique
- Une rhétorique duale (menaces / protection) ?
- Une stratégie suivant six modalités : informer, justifier, crédibiliser, avertir, recruter, apprendre

TROISIÈME PARTIE : PARTIE EMPIRIQUE

Lignes directrices générales

Dans cette partie, la thèse s'attache à rappeler la problématique et les questions de recherche, avant de présenter la délimitation du corpus. Ensuite, l'analyse des sites est développée en présentant un exemple détaillé d'analyse, puis une analyse de l'ensemble du corpus avec ce qui est intéressant d'en retirer à propos des aspects discursifs, les mondes possibles, les aspects iconiques, les différents médias et les stratégies déployées.

« I am, by calling, a dealer in words; and words are, of course, the most powerful drug used by mankind. »
-Rudyard Kipling-

3.1. Problématique

La problématique de cette thèse est de répondre à la question : « quelle image les services de renseignement tendent-ils à promouvoir par le biais de leurs sites internet ? » A cette fin, une méthodologie sémio-pragmatique expliquée dans la partie consacrée au cadre méthodologique a été mise en œuvre pour tenter de fournir une lecture possible des sites web des services et d'ainsi parvenir à caractériser leurs images à travers une analyse des aspects discursifs, des valeurs et de la vision du monde qui sous-tendent le discours étudié, de leurs aspects iconiques et une exploration des modalités d'interactivité. Ensuite sont présentés les axes stratégiques utilisés dans leur communication par les organisations étudiées.

Afin de déterminer quelles images les services tendent à promouvoir, cette thèse analyse les mondes et les valeurs (voir page 56) qui sous-tendent la communication des organismes étudiés. La méthode développée (voir page 51) permet de se pencher sur différents aspects de la communication et il a été décidé de traiter plusieurs *a priori* qui existent sur les sites web étudiés. La recherche propose ainsi de saisir si ces sites participent à une culture du renseignement (voir page 104), s'ils permettent de favoriser le recrutement (voir page 145), si la justification du rôle

sociétal de l'institution est obligatoirement d'ordre légale (voir page 56), si ce n'est finalement qu'une sorte de « propagande » qui s'articule autour de clichés (voir page 133). Enfin, elle envisage d'établir qu'il existe un modèle récurrent (voir page 36) de sites internet dans ce secteur et que la majorité des institutions étatiques de renseignement se conforme à une structure, des stratégies et une rhétorique similaires.

3.2. Délimitation du corpus

La délimitation du corpus est, dans le champ de la recherche en communication qu'est la communication web, particulièrement important, comme le souligne Sébastien ROUQUETTE : « Sur Internet plus qu'ailleurs, le choix du corpus est particulièrement important. L'immensité du Web et du nombre de sites possibles donnent théoriquement la possibilité d'étayer une thèse empiriquement inexacte »[507]. Aussi, après avoir établi une liste non-exhaustive, mais offrant néanmoins un panorama du paysage des services de renseignement dans le monde, établir des critères de sélection du corpus apparaît comme une priorité. Cette étape est l'un des objectifs de la première phase d'observation menée en décembre 2012. Les autres buts étant, d'une part, la mise au point d'une grille d'analyse sémio-pragmatique et, d'autre part, la définition des paramètres à mesurer pour répondre aux questions de la recherche. L'accent de l'étude étant mis sur l'analyse de la communication de services de renseignement, il a été décidé de retenir comme critère essentiel de sélection les « agences étatiques se définissant elles-mêmes comme ayant le renseignement comme prérogative principale ». Les services retenus dans cette liste alphabétique ont ensuite été répartis selon leur localisation géographique (par continent et par pays). Chaque service sera donc caractérisé comme étant « commandité par un État pour effectuer des missions de renseignement ».

[507] ROUQUETTE (S.), *Sémiotique d'un hypermédia efficace*, dans *HAL archives-ouvertes.fr*, [En ligne], 2013, p. 3.

Acronyme	Nom complet de l'organisme	Site web	Pays
Afrique			
NIA	National Intelligence Agency	www.nationalintelligenceagency.gov.ng	Nigeria
SSA	State Security Agency	www.ssa.gov.za	République d'Afrique du Sud
Amérique du Nord & Centrale			
CIA	Central Intelligence Agency	www.cia.gov	États-Unis d'Amérique
CISEN	Centro de Investigación y Seguridad Nacíonal	www.cisen.gob.mx	Mexique
NSA/CSS	National Security Agency/Central Security Service	www.nsa.gov	États-Unis d'Amérique
SCRS/CSIS	Service canadien du renseignement de sécurité/Canadian Security Intelligence Service	www.csis-scrs.gc.ca	Canada
USIC	United States Intelligence Community (16 Agences)	www.intelligencecareers.gov www.intelligence.gov	États-Unis d'Amérique
Amérique du Sud			
ABIN	Brazilian Intelligence Agency	www.abin.gov.br	Brésil
DINI	Direccion Nacional de Inteligencia	www.dini.gob.pe	République du Pérou
Asie & Moyen-Orient			
BIN	Badan Intelijen Negara	www.bin.go.id	Indonésie
FSB	Service fédéral de sécurité de la Fédération de Russie	www.fsb.ru	Fédération de Russie
GID	General Intelligence Department	www.gid.gov.jo	Jordanie
MOSSAD	Institut pour les renseignements et les affaires spéciales	www.mossad.gov.il	Israël

NIS	National Intelligence Service	nis.go.kr	République de Corée du Sud
SHABAK (ISA)	Sherut haBitachon haKlali	www.shabak.gov.il	Israël
SVR	Service des renseignements extérieurs de la Fédération de Russie	svr.gov.ru	Fédération de Russie
Europe			
ABW	Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego	www.abw.gov.pl	Pologne
AISE	Agenzia informazioni e sicurezza esterna	www.sicurezzanazionale.gov.it	Italie
AISI	Agenzia Informazioni e Sicurezza Interna		
AIVD	Algemene Inlichtingen- en Veiligheidsdienst	www.aivd.nl	Pays-Bas
BIS	Úřad pro zahraniční styky a informace	www.bis.cz	République tchèque
BfV	Bundesamt für Verfassungsschutz	www.verfassungsschutz.de	Allemagne
BND	Bundesnachrichtendienst	www.bnd.bund.de	Allemagne
CNI	Centro Nacional de Inteligencia	www.cni.es	Espagne
DGSE	Direction Générale de la Sécurité Extérieure	www.defense.gouv.fr/dgse/	France
GCHQ	Government Communications Headquarters	www.gchq.gov.uk	Grande-Bretagne
KGB	Comité pour la Sécurité de l'État	www.kgb.by	Biélorussie
MIT	Millî Istihbarat Teskilati	www.mit.gov.tr	Turquie
UZSI	Úřad pro zahraniční styky a informace	www.uzsi.cz	République tchèque

SIS (MI6)	Secret Intelligence Service (Military Intelligence section 6)	www.sis.gov.uk	Grande-Bretagne
SZRU	Foreign Intelligence Service of Ukraine	www.fisu.gov.ua	Ukraine
Océanie			
ASIS	Australian Secret Intelligence Service	www.asis.gov.au	Australie

Tableau 1 : Liste des sites web qui constituent le corpus

L'idée première d'établir une typologie précise des différents services suivant les prérogatives spécifiques de chacun de ses organismes, s'est avérée peu pertinente. Aussi, il a été décidé de ne pas tenir compte d'une telle catégorisation en services de recherche, services spéciaux ou encore services de sécurité. Ceci, non seulement parce que les prérogatives exactes de chacun des services étudiés ne sont pas toujours connues, mais aussi parce que ce classement ne permet en rien d'aider à l'analyse. Dans un but informationnel (voir Tableau 2), les services sont répertoriés selon les critères suivants :

1° Service intérieur / Service extérieur
2° Service militaire / Service civil
3° Services d'interception
4° Communauté de services de renseignements

Lorsque c'est possible, des informations complémentaires quant aux missions du service sont précisées au cas par cas.

Par ailleurs, une typologie trop rigide rend difficile la classification de certains de ces organismes, de même que « la séparation entre la sécurité intérieure et extérieure tend à s'estomper également »[508].

[508] VAN OUTRIVE (L.), *Les services de renseignement et de sécurité*, dans *Courrier hebdomadaire du CRISP*, n°1660-1661, Bruxelles, CRISP, [En ligne], 1999, p. 56.

Certains « organismes ayant la coordination, la représentation ou le contrôle d'agences de renseignement comme prérogative principale » sont également présents dans le corpus, comme c'est le cas avec certains services des États-Unis ou l'exemple italien retenu. Ces organismes ne constituent en aucun cas la majeure partie du corpus retenu, mais certains ont été sélectionnés car leur stratégie de communication n'est pas dénuée d'intérêt.

Dès lors, face à l'immense quantité d'information à traiter, il est impératif de réduire cette liste d'agences étatiques à un ensemble qui pourrait être analysé selon une grille d'analyse sémio-pragmatique dans un délai raisonnable tout en produisant des résultats représentatifs du domaine étudié. Suite à une première observation en décembre 2012, le corpus a été réduit à cinquante-neuf sites, de façon provisoire. Certains d'entre eux étaient temporairement indisponibles à ces dates et d'autres offraient un intérêt minimal[509]. Puis, en décembre 2013, le corpus est définitivement arrêté à trente-et-un sites web représentant quarante-cinq agences étatiques de renseignement différentes (voir Tableau 1).[510]Cette quantité semble satisfaisante pour confronter les hypothèses, établir des données qualitatives probantes et donner à ce travail une base solide sur laquelle bâtir des conclusions.

[509] Notamment les services dont la représentation sur Internet consiste en une unique page sur le site d'un ministère ou d'une autre agence gouvernementale.
[510] 29 sites web qui représentent 29 institutions différentes, l'*Agenzia informazioni e sicurezza esterna* représente au moins deux services (AISE et AISI) et l'USIC en représente 16, dont 2 qui sont aussi compris dans les 29 sites web analysés (CIA et NSA).

Acronyme	Nom complet de l'organisme	Pays	Civil	Militaire	Intérieur	Extérieur	Interception
Afrique							
NIA	National Intelligence Agency	Nigeria	✓	✗	✗	✓	✗
SSA	State Security Agency	République d'Afrique du Sud	✓	✗	✓	✓	✓
Amérique du Nord & Centrale							
CIA	Central Intelligence Agency	États-Unis d'Amérique	✓	✗	✗	✓	✗
CISEN	Centro de Investigación y Seguridad Nacíonal	Mexique	✓	✗	✓	✗	✗
NSA/CSS	National Security Agency/Central Security Service	États-Unis d'Amérique	✓	✓	✗	✗	✓
SCRS/CSIS	Service canadien du renseignement de sécurité/Canadian Security Intelligence Service	Canada	✓	✗	✓	✓	✗
USIC	United States Intelligence Community (16 Agences)	États-Unis d'Amérique					

Amérique du Sud							
ABIN	Brazilian Intelligence Agency	Brésil	✓	✗	✓	✓	✗
DINI	Direccion Nacional de Inteligencia	République du Pérou	✓	✗	✓	✓	✗
Asie & Moyen-Orient							
BIN	Badan Intelijen Negara	Indonésie	✓	✗	✓	✓	✗
FSB	Service fédéral de sécurité de la Fédération de Russie	Fédération de Russie	✓	✗	✓	✗	✗
GID	General Intelligence Department	Jordanie	✗	✓	✓	✓	✗
MOSSAD	Institut pour les renseignements et les affaires spéciales	Israël	✓	✗	✗	✓	✗
NIS	National Intelligence Service	République de Corée du Sud	✓	✗	✓	✓	✗
SHABAK (ISA)	Sherut haBitachon haKlali	Israël	✓	✓	✓	✗	✗
SVR	Service des renseignements extérieurs de la Fédération de Russie	Fédération de Russie	✓	✗	✗	✓	✗

Europe							
ABW	Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego	Pologne	✓	✗	✓	✗	✗
AISE	Agenzia informazioni e sicurezza esterna	Italie	✓	✗	✗	✓	✗
AISI	Agenzia Informazioni e Sicurezza Interna		✓	✗	✓	✗	✗
AIVD	Algemene Inlichtingen- en Veiligheidsdienst	Pays-Bas	✓	✗	✗	✓	✓
BIS	Úřad pro zahraniční styky a informace	République tchèque	✓	✗	✓	✗	✗
BfV	Bundesamt für Verfassungsschutz	Allemagne	✓	✗	✓	✗	✗
BND	Bundesnachrichtendienst	Allemagne	✓	✗	✗	✓	✗
CNI	Centro Nacional de Inteligencia	Espagne	✓	✗	✓	✓	✗
DGSE	Direction Générale de la Sécurité Extérieure	France	✓	✗	✗	✓	✗
GCHQ	Government Communications Headquarters	Grande-Bretagne	✓	✗	✗	✗	✓

KGB	Comité pour la Sécurité de l'État	Biélorussie	✓	✗	✓	✓	✗
MIT	Millî Istihbarat Teskilati	Turquie	✓	✗	✓	✓	✗
UZSI	Úřad pro zahraniční styky a informace	République tchèque	✓	✗	✗	✓	✗
SIS (MI6)	Secret Intelligence Service (Military Intelligence section 6)	Grande-Bretagne	✓	✗	✗	✓	✗
SZRU	Foreign Intelligence Service of Ukraine	Ukraine	✓	✗	✗	✓	✓
Océanie							
ASIS	*Australian Secret Intelligence Service*	*Australie*	✓	✗	✗	✓	✗

Tableau 2 : Typologie des services étudiés

Préalablement à la fixation du corpus, une enquête indicative portant sur la notoriété des services de renseignement a été réalisée au mois de mars 2013 auprès d'étudiants d'une faculté universitaire belge d'Information et Communication dont il ressort que les services de renseignement restent un mystère pour le jeune public. La moyenne d'âge des 99 répondants était de 23,25 ans. Le questionnaire comportait une seule question : « Citez 10 services de renseignement/services secrets ». Sur les 99 questionnaires récoltés, 374 réponses ont été données, soit une moyenne de 4,98 par répondant alors que 10 réponses étaient demandées. Il est nécessaire de préciser que cette enquête n'avait aucunement un objectif de représentativité statistique.

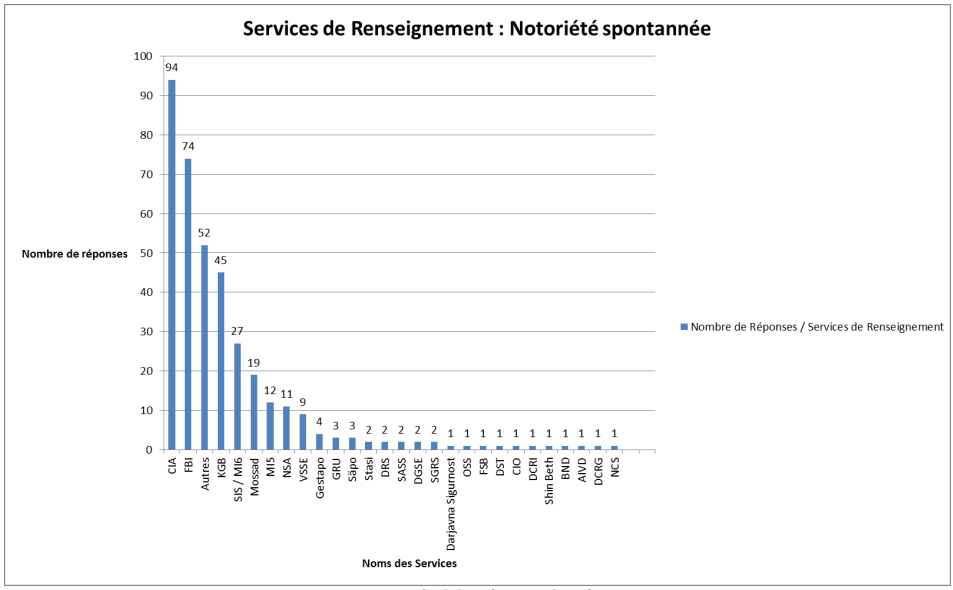

Figure 5 : Détail des réponses données

En retranchant les 52 réponses qui ne se rapportent pas à des services de renseignement et en conservant les 322 autres réponses, une tendance très nette se dessine (voir Figure 6). Les services qui bénéficient de la plus grande notoriété spontanée sont : la CIA, le FBI, le KGB, le SIS, le Mossad et le MI5. Le KGB se classe aussi comme étant le premier service cité n'étant plus en activité.

Parmi les propositions les plus souvent citées erronément comme étant des services de renseignement, se trouvent : Interpol (cité 9 fois), Scotland Yard, la NASA et le NCIS. Dans ces réponses ne correspondant pas à la définition d'un service de renseignement, certaines propositions n'étaient pas dénuées d'humour : Men In Black, Tortues Ninjas, 1307 (c'est-à-dire le numéro des renseignements téléphoniques en Belgique), etc.

En conclusion, deux des principaux services américains arrivent en tête des propositions émises spontanément par les répondants, suivis par le KGB soviétique, les services anglais SIS/MI6 et MI5, et le service israélien Mossad.

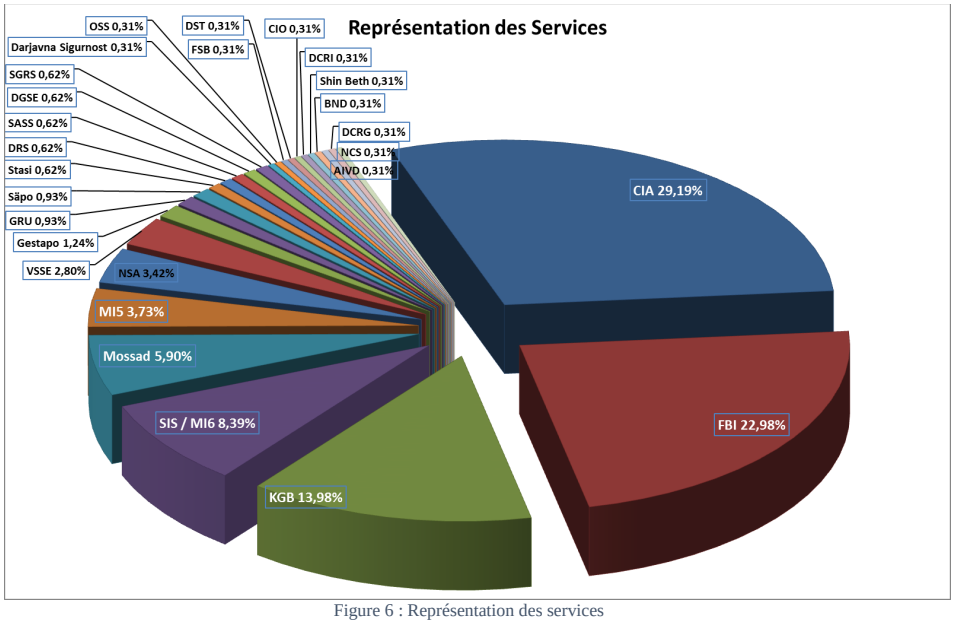

Figure 6 : Représentation des services

Les raisons justifiant le choix du corpus sont plurielles et étant donné l'objet même de cette étude, il est sans doute possible d'argumenter sans fin sur la présence ou non de tel ou tel organisme dans le corpus. Dans un premier temps, conserver une « masse critique » était indispensable si l'ambition est de donner à cette étude une dimension aussi large que possible en offrant une vision

mondiale de la communication dans ce secteur. Ainsi, voir chaque continent représenté de façon optimale apparaît d'emblée comme une priorité. Cela malgré les déséquilibres économiques ou les instabilités politiques qui peuvent conduire de larges régions du globe à n'avoir aucune représentation de leurs services de renseignement sur la Toile, de façon volontaire ou involontaire.

Le principal élément pris en considération est donc celui de la localisation géographique. C'est la raison pour laquelle les acteurs régionaux majeurs ont été sélectionnés en priorité, de même que les grandes puissances mondiales[511]. Les services qui ne sont pas représentés sont ceux pour lesquels aucun site actuel n'a pu être trouvé ou parce que le site existant ne présente que peu d'intérêt au regard de l'analyse envisagée, ou encore pour des raisons pratiques de traduction qui rendent toute analyse inenvisageable.

Le déséquilibre du nombre de sites par continent est induit par une sous-représentation de certaines zones géographiques et une surreprésentation d'autres zones qui apparaît très nettement lorsque l'on procède à une recherche d'échantillon de ce type. Le corpus traduit donc la simple réalité du paysage web : l'Europe et l'Amérique du Nord sont les continents dont les services de renseignement sont les plus présents sur Internet. Les États-Unis comptent à eux seuls une communauté du renseignement (United States Intelligence Community) de 17 membres ayant chacun un site internet. Ce même pays possède au total 1.271 agences gouvernementales actives soit dans le secteur du renseignement, soit dans le secteur de la sécurité nationale.[512] Cette dernière donnée permet d'imaginer la quantité importante d'agences de renseignement américaines susceptibles d'être présente en ligne, de façon directe ou indirecte.

[511] Suivant les pays membre du G20 : Canada, Mexique, États-Unis, Argentine, Brésil, Chine, Japon, Corée du Sud, Inde, Indonésie, Arabie saoudite, Russie, Turquie, France, Allemagne, Italie, Royaume-Uni et Australie (+Union européenne).

[512] PRIEST (D.) et ARKIN (W. M.), *A hidden world, growing beyond control*, The Washington Post, 19 Juillet 2010, [En ligne], consulté le 9 Janvier 2012, <http://projects.washingtonpost.com/top-secret-america/articles/a-hidden-world-growing-beyond-control/>.

Figure 7 : Localisation géographique des services sélectionnés sur le continent américain

Les pays du continent américain (voir Figure 7) sont les États-Unis d'Amérique, le Canada, le Mexique, le Pérou et le Brésil. Peu de sites existent en Amérique centrale et en Amérique du Sud, ce qui explique la sous-représentation de ces zones géographiques.

Figure 8 : Localisation géographique des services sélectionnés sur le continent africain et au Moyen-Orient

Pour l'Afrique (voir Figure 8), les seuls services dotés d'un site internet ont été retenus afin d'assurer une représentation suffisante de ce continent : le Nigéria et Afrique du Sud. Si quatre organismes se trouvaient inclus dans le corpus au départ, des problèmes techniques d'accessibilité ou la mise hors ligne pure et simple de sites existants a imposé la réduction du corpus africain à deux unités. Ceci semble peu par rapport au nombre de sites américains ou européens, par exemple. Il faut préciser d'emblée que le choix du corpus respecte un équilibre de proportionnalité quant au nombre de sites sélectionnés par continent, tout en ne laissant pas de côté la dimension de la diversité.

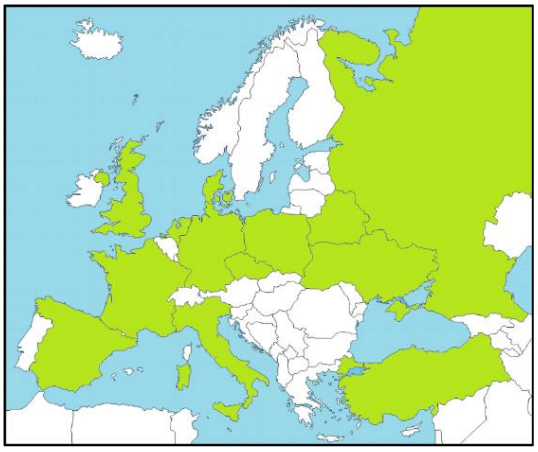

Figure 9 : Localisation géographique des services sélectionnés en Europe et Russie

En Europe (voir Figure 9), étant donné le nombre élevé de sites disponibles, seuls les pays suivants sont représentés : la Pologne, l'Italie, les Pays-Bas, l'Allemagne, l'Espagne, la France, la Grande-Bretagne, la Biélorussie, la Turquie, la République Tchèque, l'Ukraine et la Russie (qui est classée néanmoins dans la zone géographique asiatique).

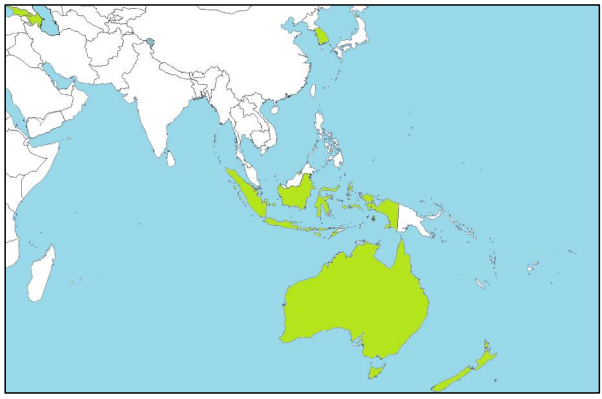

Figure 10 : Localisation géographique des services sélectionnés sur les continents asiatique et océanien

La sélection des services asiatiques, océaniens et du Moyen-Orient (voir Figure 10) suit cette même logique de représentation des acteurs majeurs en priorité. Les pays représentés sont la Corée du Sud, l'Australie et l'Indonésie. Le faible nombre de services répertoriés apparaît d'emblée, en comparaison à l'Europe et à l'Amérique du Nord.

Outre la première phase d'observation qui avait pour objectif de délimiter les pages web à étudier et de préciser le corpus, une analyse annuelle permet de rendre compte des modifications intervenues tant dans la structure que dans la forme des sites analysés. Lorsque c'est possible, les sites font l'objet d'une analyse détaillée en version originale à l'aide d'un traducteur ou d'une analyse comparative entre la version anglaise et la version originale traduite à l'aide d'un outil de traduction en ligne. Les sites analysés dans leur version originale sont les suivants : NIA, SSA, CIA, CISEN, NSA, SCRS, USIC, DINI, FSB, SVR, ABW, AISE / AISI, AIVD, BIS, BfV, BND, CNI, DGSE, GCHQ, UZSI, SIS, ASIS. Ceux qui ont été analysés en anglais sont les sites : ABIN, BIN, GID, Mossad, NIS, Shabak, KGB[513] (aussi en russe), MIT et SZRU.

[513] KGB biélorusse.

3.2.1. Remarques concernant des services qui ne disposent pas de site web

Cette recherche propose une rapide remarque concernant les services qui n'ont à ce jour aucune présence en ligne. Cette absence relève d'au moins trois causes, très différentes les unes des autres.

La première cause, et c'est une cause supposée, est l'absence de site internet dans un contexte d'instabilité politique qui empêche le déploiement d'une agence étatique de renseignement pérenne. Ce cas de figure relève des zones de conflits et permet de rendre compte du manque de représentativité de certaines zones du monde dans le corpus.

Le deuxième cas de figure est l'absence de site à cause du manque de moyens et d'effectifs dédiés à des tâches de communication. Ce cas de figure est vraisemblablement le cas des deux services belges et explique la raison de leur absence. C'est également la raison invoquée par le SRE, le service du Luxembourg : « actuellement, le service dispose d'une présence très modeste sur Internet. En effet, l'on retrouve deux communiqués officiels du SRE sur la page regroupant tous les ministères et administrations. Cette situation est due à différents facteurs. D'une part, le SRE n'avait pas l'habitude de communiquer directement. Cette communication se faisait soit par le ministère de tutelle soit via le Service information et presse. D'autre part, c'était aussi une question de ressources. Sur la base des leçons tirées de l'affaire des dysfonctionnements du SRE, cette approche changera sans aucun doute. Par ailleurs, à l'avenir il sera aussi plus facile pour une administration d'assurer une présence sur Internet comme le Service information et presse du gouvernement offrira une assistance technique et une plateforme commune à toute administration souhaitant créer un site internet »[514].

La troisième cause relève du régime politique du pays auquel le service est attaché. Pour saisir ce lien causal potentiel, il est fait référence à la classification des États selon le *Democracy Index* de THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT[515] qui ambitionne de mesurer le niveau

[514] Entretien avec le Directeur adjoint du Service de Renseignement de l'État du Luxembourg, 23 avril 2014.
[515] THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, *Democracy Index 2015. Democracy in an age of anxiety*, Londres, The Economist Group, 2016 ; THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, *Democracy Index 2016. Revenge of the « deplorables »*, Londres, The Economist Group, 2017. La Norvège, l'Islande et la Suède forment le podium du

démocratique de 167 pays suivant 60 critères regroupés en 5 catégories principales : l'organisation d'élections libres, la sécurité des électeurs, l'influence des puissances étrangères sur le Gouvernement et la capacité des administrations de mettre en place et de mener des politiques publiques. Suivant le score de chacun des pays, un classement est établi suivant quatre catégories : les démocraties, les démocraties imparfaites, les régimes hybrides et les régimes autoritaires. Il est vraisemblablement nécessaire pour voir émerger une telle communication que le pays présente au minimum les caractéristiques d'un État de droit. Ce type de communication n'est, en réalité, pas l'apanage des régimes démocratiques (Espagne, Royaume-Uni, Allemagne, Luxembourg, Pays-Bas, par exemple), mais peut aussi émerger dans des démocraties imparfaites (États-Unis, Belgique, France, Israël, Afrique du Sud, Inde, par exemple) ou des régimes hybrides (Turquie, Ukraine, par exemple). C'est beaucoup plus rare dans les pays autoritaires, tels que la Russie (rétrogradée de régime hybride à régime autoritaire, dans le classement de l'EIU, entre 2010 et 2011), la Chine ou la Jordanie qui présentent un pouvoir arbitraire, une absence de séparation des pouvoirs, une liberté électorale réduite ou inexistante, une répression politique, un non-respect des libertés de la presse, etc.[516] S'il existe une tendance, il faut cependant admettre que le lien de causalité entre le type de régime et l'existence ou non d'une communication des services de renseignement dans les pays étudiés n'est pas rencontré. Les trois causes envisagées permettent toutefois de fournir une explication satisfaisante au développement ou non du type de communication analysé dans ce secteur d'activité.

classement. Le Tchad, la Syrie et la Corée du Nord occupent les trois dernières places. A titre d'exemple, voici le classement de certains des pays : Allemagne (13), Royaume-Uni (16), États-Unis (21), France (24), Belgique (35), Ukraine (86), Turquie (97), Russie (134), Chine (136).

[516] DENÉCÉ (E.) et POULOT (F.), *Dico-atlas des conflits et des menaces. Guerres, terrorisme, crime, oppression*, Paris, Éditions Belin, 2010, p. 78-79.

3.2.1.2. Belgique

> *« On est en droit de se demander ce que la prétendue ouverture aux medias recouvre, lorsque l'ouverture au Parlement est si étroite. »*
> *-Lode Van Outrive*[517]*-*

Il a fallu plus d'un siècle et demi avant que les activités de renseignement ne soient encadrées juridiquement en Belgique. Cela n'a pu se réaliser que lorsque « des médias se sont intéressés aux activités des services de renseignement, qui devinrent le sujet favori de beaucoup de journalistes »[518], mais aussi alors que le contexte était favorable à la discussion autour de thèmes tels que les droits de l'homme et le respect de la vie privée, c'est-à-dire dans les années 80 et 90. Neuf années auront encore été nécessaire, avant que pouvoirs exécutif et législatif ne trouvent un compromis afin d'intégrer légalement les services de renseignement dans les structures étatiques.[519]. En même temps, un organe de contrôle des services a pu voir le jour. Une longue lutte entre les différents niveaux de pouvoir explique, en partie, le délai qui a été nécessaire avant que le législateur ne donne un cadre juridique aux activités de renseignement.

[517] VAN OUTRIVE (L.), art. cit., p. 79.
[518] *Ibid.*, p. 77.
[519] *Ibid.*, p. 79.

- VSSE

VSSE	**Sûreté de l'État** Veiligheid van de Staat / Sûreté de l'État				
Belgique	Service civil intérieur Personnel estimé : 568,1 ETP[520]		Création officielle : 15 octobre 1830[521] Budget estimé : 41,79 millions d'euros[522]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
N/A	N/A	Boulevard du Roi Albert II, 6 1000 Bruxelles	02/205.62.11	info@vsse.be	Jaak Raes

Bruxelles est devenu un « épicentre des rencontres entre gens du renseignement et de la sécurité »[523], avec l'installation des bâtiments de l'OTAN et des institutions européennes. La Sûreté de l'État, le service de renseignement civil belge, est considérée comme étant le deuxième plus ancien service de renseignement au monde, après le service du Vatican. Il faut bien entendu comprendre cette longévité en tant que record d'existence continue depuis 1830. Mais l'adoption des textes de lois servant de base légale au fonctionnement des services de renseignement belge a été adoptée tardivement, comme le mentionne Lode VAN OUTRIVE : « la loi du 18 juillet 1991 *organique du contrôle des services de polices et de renseignement* mettait sur pied le Comité de contrôle permanent des services de renseignement, appelé Comite R, un organisme responsable devant le seul Parlement »[524]. La *loi organique des services de renseignement et de sécurité* du 30 novembre 1998 achève de fournir un cadre légal aux deux services que sont la VSSE et le SGRS. « Depuis l'installation du Comité R, les services de renseignement ont été davantage et plus fréquemment l'objet de contrôles et d'analyses critiques » [525] et le Comité R publie sur son site internet[526] un rapport d'activité très détaillé depuis 1994.

[520] BOVÉ (L.), *Comment la Sûreté de l'État pourrait-elle être plus transparente ?*, dans *L'ECHO*, 25 avril 2015, p. 9.
[521] VAN OUTRIVE (L.), art. cit., p. 9.
[522] BOVÉ (L.), *art. cit.*, p. 9.
[523] VAN OUTRIVE (L.), art. cit., p. 61.
[524] *Ibid.*, p. 10.
[525] *Ibid.*, p. 69.
[526] www.comiteri.be

Entre 1977 et 1990, Albert RAES, l'administrateur général de la Sûreté, « évitait autant que possible les contacts avec la presse et interdisait à ses agents de communiquer avec les journalistes »[527], ce qui est particulièrement révélateur de la priorité absolue qui est conférée au secret. Ce n'est qu'avec Bart VAN LIJSEBETH, nommé administrateur général le 1er septembre 1994, que la situation change. En effet, celui-ci initie « une politique toute différente, axée sur l'ouverture aux medias avec autant de transparence que possible »[528].

La Sûreté a disposé d'un site internet antérieurement, mais celui-ci n'est plus en ligne depuis plusieurs années : « Il n'existe plus parce que le comité R nous a demandé de le retirer car il n'était plus à jour. Donc, suite à une plainte d'un citoyen… Il vaut mieux ne pas donner d'informations plutôt que de donner de mauvaises informations. Et c'est vrai que ce site datait d'avant 2010 et que certaines informations relatives à la législation n'étaient plus correctes. Toutefois, il est prévu de mettre un nouveau site web en ligne »[529]. Quant à savoir pourquoi ce nouveau site n'est pas visible sur le Web, la Sûreté affirme qu'un nouveau site a été construit mais que le délai entre sa construction et sa construction et sa mise en ligne « résulte d'un manque de temps et d'un manque de moyens humains. Je peux vous montrer le site après, si vous voulez. Ça a été réalisé par un prestataire externe en 2009 ou 2010 et c'est donc quelque peu dépassé à présent. Cependant, le but est d'avoir un site « statique » avec de l'information, prochainement »[530]. La Sûreté met néanmoins en œuvre des moyens de communications autres que le Web - tels que les relations presse - ou encourage la recherche académique en participant à des initiatives telles que le BISC (*Belgian Intelligence Studies Centre*) et à la parution d'ouvrages historiques notamment[531].

La Sûreté a été fort critiquée dans les médias, notamment en France, suite aux attentats de Paris. Elle y est dépeinte comme ayant pris conscience tardivement de l'importance du terrorisme islamique : « en Belgique, la Sûreté de l'État était plus préoccupée par le contre-espionnage à Bruxelles, où siègent la Commission européenne et ses organes, ainsi que l'OTAN, que par ce qui

[527] VAN OUTRIVE (L.), art. cit., p. 47.
[528] *Ibid.*, p. 48.
[529] Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016.
[530] *Loc. cit.*
[531] COOLS (M.) et al., *La Sûreté. Essais sur les 175 ans de la Sûreté de l'État*, Bruxelles, Politeia, [s.d.].

se passait à Verviers ou à Molenbeek-Saint-Jean. S'ajoutait aussi la difficile coopération avec les 19 bourgmestres de Bruxelles et les 6 zones de police. Malgré une opération conjointe avec la police française en décembre 2008 contre les djihadistes, il fallut attendre le 15 janvier 2015 et l'opération contre la cellule de Verviers pour que la Sûreté prît conscience de son manque de linguiste arabe »[532].

Jaak RAES, l'actuel administrateur, répond à la question de savoir si le service doit être plus transparent : « demander si je vais obliger le service à être plus transparent est en fait une question bizarre, car comment un service qui collecte des informations – et qui doit dès lors rester discret – peut-il être transparent ? Nous devons sans cesse louvoyer entre communiquer suffisamment vers l'extérieur et expliquer ce que nous faisons, et malgré tout rester suffisamment discrets pour pouvoir continuer à travailler » [533].

[532] ARBOIT (G.), art. cit., p. 29.
[533] BOVÉ (L.), art. cit., p. 9.

- SGRS

SGRS	**Service Général du Renseignement et de la Sécurité** Service Général du Renseignement et de la Sécurité				
Belgique	Service militaire interne et externe Personnel estimé : +/- 200[534]		Création officielle : 1er avril 1915 Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
N/A	N/A	Quartier Reine Elisabeth Rue d'Evere, 1 1140 Evere	N/A	N/A	Lieutenant général Claude Van de Voorde

« Le Service de Sûreté de l'armée a été fondé pendant la Première guerre mondiale, par un arrêté royal du 1er avril 1915 »[535]. Ce service est renommé plusieurs années plus tard « Service Général du Renseignement et de la Sécurité ». C'est donc l'autre service belge, lui aussi, très ancien. Le service disposait d'une page sur l'ancien site du Ministère de la Défense, mais celle-ci a cessé d'exister au moment où la Défense s'est dotée d'un nouveau site : « étant un des services de la Défense, la politique de communication de la Défense est de rigueur. Celle-ci a supprimé la possibilité d'avoir un site particulier, hors le site central de la Défense. Une volonté existe dans le chef du Général commandant le SGRS d'avoir son propre site comme le MI6, le MIVD, le SRC, etc. »[536].

Parmi les autres domaines de communication où le service est actif, il faut signaler que le SGRS est également impliqué dans le BISC, c'est-à-dire dans la recherche académique, le général Eddy TESTELMAN[537] accepte volontiers de répondre à la presse et le SGRS a organisé une exposition en 2015[538] à Bruxelles pour célébrer les 100 ans d'existence du service, exposition

[534] Selon une proportion de un civil pour quatre militaires, d'après VAN OUTRIVE (L.), art. cit., p. 14.
[535] *Ibid.*, p. 8.
[536] Entretien avec différents fonctionnaires du Service Général de Renseignement et de Sécurité (Belgique), 30 juillet 2014.
[537] Chef du service entre 2014 et 2017.
[538] « CLASSIFIED : The history of the Belgian military intelligence and security service » est le nom de cette exposition qui s'est accompagnée également d'une publication scientifique.

accompagnée de la publication d'un ouvrage. Le SGRS est parfois appelé le « grand muet qui n'intéresse pas les médias »[539] paraît davantage s'inscrire dans une politique d'ouverture que ce n'était le cas il y a quelques années.

3.2.1.3. Chine

Les services chinois sont régulièrement cités dans les médias comme menant d'importantes activités d'espionnage, tant électronique que par sources humaines. Étant donné son statut de deuxième puissance économique mondiale et son héritage culturel, il aurait été intéressant de pouvoir compter un site internet d'un service chinois dans le corpus. Cependant, il semble que le contrôle d'Internet couplé à un régime autoritaire explique l'absence de présence en ligne de leurs services.

[539] FERRO (C.), *L'image des services de renseignement et de sécurité. France, Royaume-Uni, Allemagne et Belgique, op. cit.*, p. 559.

- MSS

MSS	**Ministère de la Sécurité de l'État** Guoanbu / Chinese Ministry of State Security				
République populaire de Chine	Service civil intérieur (et extérieur) Personnel estimé : inconnu[540]		Création officielle : 6 juin 1983 Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
N/A	N/A	East Chang'an Street, 14 Beijing	N/A	N/A	Chen Wenqing

Les recherches menées sur le Ministère de la Sécurité de l'État chinois n'apportent que peu d'informations et il n'existe pas d'informations précises à propos des tendances récentes qui concernent ce service.[541] Cet organisme dépend du Conseil des affaires de l'État de la République populaire de Chine et est en charge du renseignement intérieur et extérieur, ainsi que des opérations clandestines à la fois sur le territoire chinois et à l'étranger.[542] Ce service n'a aucune présence en ligne, pour les raisons invoquées ci-avant.

[540] Des sources datées ou non vérifiables mentionnent 750.000 personnes (en 1992), d'autres 7000 fonctionnaires et 50.000 agents.
[541] CORDESMAN (A. H.), *Chinese strategy and military modernization in 2016. A comparative analysis*, [s.l.], Center for Strategic & International Studies, 2016, p. 222.
[542] *Ibid.*, p. 207.

3.3. Analyse des sites web

Les sites web ont fait l'objet d'analyses approfondies annuelles en décembre 2012, 2013, 2014 et 2015 et d'une observation aléatoire continue jusqu'en juin 2016. Les observations successives ont eu pour but de noter les variations de contenu et les changements de structure. La méthode combine une analyse par le biais d'une grille de lecture sémio-pragmatique et une analyse de contenu. Un intérêt a été porté aux thématiques, aux caractéristiques d'énonciation, à l'image construite de l'énonciateur, à l'identification du destinataire, à la relation entre l'énonciateur et le destinataire, aux modalités de persuasion, aux valeurs et à la vision du monde véhiculées à travers le discours. Enfin, la composante iconique et plastique, c'est-à-dire le logo, les photos, les images et les couleurs utilisés, a par ailleurs été prise en compte.

La méthode vise à examiner les rapports complexes entre la communication et la signification par l'analyse du discours des organismes de renseignement et à établir quelles en sont les significations actuelles ou, le cas échéant, les significations potentielles. Comme cela a été dit dans la partie de cette thèse consacrée à l'explication de la grille sémio-pragmatique, « est signe tout ce qui a du sens, un mot, une phrase, une image, un objet que l'on dote de signification »[543].

La grille, synthétisée ci-dessous (voir Tableau 3), permet une analyse des aspects discursifs. Ce point insiste en premier lieu sur les thématiques développées par le destinateur, c'est-à-dire les fils conducteurs qui émergent du dispositif discursif. Dans un deuxième temps, l'analyse porte sur l'énonciation : y a-t-il prévalence du registre du discours ou du récit, l'auteur marque-t-il sa présence, quels sont les indicateurs de personne employée ? Ensuite, la méthode permet d'explorer les aspects relatifs à l'image du destinateur et du destinataire : indication des points de vue, personnages, caractéristiques psychosociologiques, identification spectatorielle, place attribuée au destinataire et son éventuelle identification en tant que groupe ou en tant qu'individu. Enfin, dans une démarche pragmatique, c'est-à-dire dans une optique de recherche qui insiste sur « une prise en compte des acteurs de la communication »[544], la grille d'analyse présente une observation des caractéristiques de parole dans la relation destinateur-destinataire : y a-t-il des interpellations de ce

[543] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 101.
[544] *Ibid.*, p. 100.

dernier, le destinataire est-il mis en situation dans le texte, quelle est la place offerte au destinataire dans le dispositif médiatique, etc. ?

La vision du monde reflète les systèmes de valeurs mobilisés par le destinateur. Cette analyse se base pour partie sur les « Cités et les Mondes » de BOLTANSKI et THÉVENOT, ce qui permet d'identifier les registres de justification invoqués par les différents services analysés. Cela met en lumière les valeurs de la production discursive autour desquelles s'articulent monde réel et monde textuel : les mondes possibles, c'est-à-dire « [des] univers logiquement possible[s]. Un monde possible correspond à une variante concevable du cours réel des choses. Les mondes possibles apparaissent comme des façons dont le monde aurait pu être globalement, ou comme des états fictifs du monde entier »[545]. Ce concept de monde possible apparaît en 1963 dans l'article *Semantical considerations on modal logic* de Saul KRIPKE.[546]

Les aspects iconiques et visuels concernent le logo, les images et les couleurs, principalement. L'analyse se concentre sur la construction des réseaux de signification car, bien souvent, « l'image ne se signifie pas elle-même comme objet du monde mais s'appuie sur un premier niveau de signification que l'on a appelé dénotatif ou descriptif ou référentiel, pour signifier autre chose à un deuxième niveau »[547]. C'est pourquoi la présente recherche est attentive aux différentes articulations qui existent entre le texte et l'image, à la part de chaque composante et aux rapports qui existent entre elles.

Dans un dernier temps, la grille permet de relever les contenus qui contribuent à l'interactivité du dispositif médiatique et aux différents types de médias utilisés. Ce point permet de dresser un bref panorama des différents types de contenus disponibles sur les différents sites, ainsi que de saisir l'hétérogénéité des écrits d'écran.

[545] MURZILLI (N.), *De l'usage des mondes possibles en théorie de la fiction*, dans *Klesis*, n°24, 2012, p. 328.
[546] *Ibid.*, p. 329.
[547] JOLY (M.), *L'image et les signes*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 156-157.

Aspects discursifs	Thématiques
	Énonciation
	Image du destinateur
	Image du destinataire
	Caractéristiques de parole dans la relation destinateur-destinataire
Valeurs et vision du monde	
Aspects iconiques et identité visuelle	Logo
	Signature institutionnelle
	Images & aspects de la composante iconique
	Couleurs du site
	Structures iconiques
Articulation texte-image	Part de chaque composante
	Rapports
Interactivité et multimédiatisation	

Tableau 3 : Grille d'analyse

La première chose qu'il convient de dire à propos des sites observés est qu'il semble exister une sorte d'archétype, de modèle canonique de site internet dans ce secteur. L'analyse qui suit cherche donc à circonscrire l'image ou les images que les services cherchent à promouvoir et comment ils sont perçus par leurs différents publics. Cette thèse démontre également qu'il existe un ensemble de stratégies de communication communes et une convergence des modèles de sites internet vers un site standard. Les différents arguments qui permettent d'étayer chacune de ces assertions sont mis en évidence dans l'analyse sémio-pragmatique qui suit. La démonstration de la thèse trouve sa résolution dans la conclusion qui revient sur les différents éléments mis en évidence par la méthode analytique exploitée et les met en relation avec la problématique.

La structure des sites est fort similaire : un menu de navigation horizontal permet d'accéder aux sections principales. Parfois, plus rarement, c'est un menu vertical qui permet de naviguer entre les pages. Les intitulés de ces sections peuvent varier (voir Tableau 4), mais il est évident que les contenus abordent les mêmes questions. Le bandeau est présent sur la page d'introduction et sur chaque page du site, assurant son unité iconique. Les parties visuelles renforcent la structure

ordonnée du site et le ton est généralement sobre et sérieux, avec des couleurs similaires, comme c'est expliqué par la suite.

De manière générale, les sites proposent une section intitulée « à propos de nous » qui répond aux questions « qui sommes-nous ? » et « que faisons-nous ? ». Cette thématique recouvre les traditionnelles missions (ou devoirs), vision et valeurs. En lien avec cet intitulé, le destinateur aborde l'histoire de l'institution et son dirigeant. Beaucoup de sites approfondissent la question « que faisons-nous » pour expliquer ce qu'est le renseignement et quelles sont les législations qui encadrent leurs activités : « What is Intelligence? How does it work? How did it start? What does it do? These are some frequent doubts that come up when the issue is Intelligence, often times mistaken for espionage. But before answering these questions, let's try to understand what it is » (ABIN). Un autre usage est de proposer à l'internaute de prendre connaissance d'un discours du directeur, en guise d'accueil.

Les autres rubriques qui constituent des lieux communs de ce type de site internet sont les sections consacrées à l'actualité qui proposent des contenus régulièrement mis à jour, une « salle de presse » qui permet de prendre connaissance des éventuels communiqués et les coordonnées de contact pour la presse. Nombreux sont les services qui utilisent leur site internet pour faciliter la diffusion des éventuelles offres d'emploi et qui en consacrent donc une partie à donner des informations sur les possibilités de carrière au sein de leur institution. Les rubriques « Publications », « FAQ » et « Contact » achèvent ce bref aperçu de l'arborescence la plus commune que l'utilisateur retrouve sur ces sites web.

Acronyme													
Afrique													
NIA	About NIA	News	Library	Careers	Photo Gallery	Contacts							
SSA	About Us	News Room	Tenders	CSIRT	Relevant Links								
Amérique du Nord & Centrale													
CIA	About cia	Careers & internships	Offices of cia	News & information	Library	Kids' zone							
CISEN	CISEN	Inteligencia	Seguridad Nacional	Marco Normativo Externo	Transparencia								
NSA/CSS	About Us	What We Do	News & Features	Resources For …	Careers & Programs	Business Opportunities							
SCRS/CSIS	À propos de nous	Filtrage de sécurité	Menaces contre la sécurité nationale	Au pays et à l'étranger	Carrières au SCRS	Aide							
USIC	About the IC	Careers in Intelligence	How to apply										
Amérique du Sud													
ABIN	Institucional	Atividade de Inteligência	Carreira	Atuação	Grandes Eventos	Acesso à Informação	Central de Conteúdos						
DINI	Sistema de Intelligencia	Intelligencia	Nuestra institución	Codigo etica	Transparencia								
Asie & Moyen-Orient													
BIN	Profile	News & info	Galery	Policies & regulations	Careers & internships	Contact us							
FSB	Руководство	Структура	Справочная информация	пресс-служба	Государственные услуги	Противодействие коррупции							
GID	GID Info	Topics & Views	How you Can Help us	Links	Contact us								
MOSSAD	About	Careers	History	About us									
NIS	Major Duties	Media Center	Introduction of NIS										
SHABAK (ISA)	About	History	Information Systems & Technology	Terror Data and Trends	Careers								
SVR	СВР России сегодня	История СВР России	Публикации	Пресс-бюро	Вопросы противодействия коррупции								
Europe													
ABW	Missions	About ABW	Missions	Policies & regulations	Careers	Download							
AISE	Chi siamo	Cosa facciamo	Cultura della sicurezza	Il mondo dell'intelligence	Per le imprese	Documentazione	Comunicazione						
AISI													
AIVD	Actueel	Onderwerpen	Over AIVD	Publicaties									
BIS	Who we are	What we do	How we work	Annual reports	Contact								
BfV	About the BfV	Fields of Work	Public relations	Service									
BND	Scope of work	About us	Theme	Careers	Service								
CNI	Secretario de Estado Director (SED)	Secretaría General	Qué es el CNI	Visita Virtual	Procedimiento de ingreso en el Centro	Cultura de Inteligencia	Preguntas Frecuentes	Enlaces de Interés	Mensaje al CNI	Procedimiento de colaboración con el CNI	Oficina Nacional de Seguridad	Centro Criptológico Nacional	Sede Electrónica
DGSE	Qui sommes-nous ?	Que faisons-nous ?	Profils recherchés	Rejoindre la DGSE									
GCHQ	Who we are	What we do	How we work	Press and Media	Careers	CESG							
KGB	Leadership	Press service	Archives center	Contacts									
MIT	About Us	History of MIT	Career	Information	Intelligence production	FAQ	How you can help						
UZSI	UZSI	FAQ	Contact	Our mission	Our history								
SIS (MI6)	Our mission	Working here	Our history	Intelligence explained	Careers	Apply now	News						
SZRU	About SZRU	News	Publications	Contacts									
Océanie													
ASIS	About us	Governance	Careers	Welcome	Speech	Job vacancies							

Tableau 4 : Intitulés des premières sections de l'arborescence des différents sites internet

Un autre aspect qu'il convient de mettre en évidence avant d'aborder l'analyse du corpus est l'évolution des sites dans le temps. Si la majorité des sites ont simplement connu une mise à jour régulière de leur contenu, d'autre ont vu leur design évoluer et ont parfois fait l'objet d'une refonte compléte. Les sites du SIS, du MIT, de l'USIC, du Mossad, du GCHQ, du BIS, de la CIA, de la NSA et du NIS sont ceux qui ont connu les changements les plus spectaculaires. Le site du SIS a connu au moins trois modifications de son design au cours de l'analyse. Voici quelques exemples détaillés de l'évolution des sites, parmi les plus remarquables.

Pour le SIS, la dernière version analysée du site présente un design plus épuré, avec un nouveau graphisme, des photos en rapport avec l'actualité et les menaces actuelles. Il est bien entendu à noter que le contenu offre à voir un certain nombre de remplois, tels que la vidéo « SIS in 60 seconds », dont la page d'accueil reprend en grand l'une des phrases chocs : « We works overseas to help make the UK a safer and more prosperous place ». Mais le contenu a été considérablement réécrit et seule la langue anglaise est disponible, alors que des versions antérieures du site proposaient de prendre connaissance des contenus dans plusieurs autres langues. La page d'accueil est constituée d'une carte du monde stylisée de type *low poly* avec une animation faisant varier les couleurs. Le suivi de l'évolution de ce site permet plusieurs remarques. Premièrement, lorsque les sites connaissent des mutations, il est possible d'observer un certain nombre de remplois (des textes, des photos, des vidéos) qui disparaissent parfois pour laisser place à des contenus résolument neufs. Deuxièmement, l'aspect graphique des sites semble avoir pris plus d'importance au cours de ces deux dernières années et plusieurs services ont opté pour des choix graphiques influencés par la mode : *flat-design*[548] pour le NIS et *low poly*[549] pour le SIS. Il en ressort que les sites semblent se singulariser davantage par leur aspect visuel lui-même influencé par les pratiques en vogue sur le Web.

Le MIT turc a également présenté une refonte complète de son site. Le design est ainsi complètement modifié. La page d'accueil est composée de l'emblème du service, accompagné de la mention « We are in the service of the whole Turkish nation. November 1, 1937. K. Atatürk »,

[548] Design d'interface minimaliste caractérisé par l'emploi d'aplats de couleurs vives et de formes simples.
[549] En infographie, ce terme désigne un maillage polygonal composé d'un faible nombre de figures. Par extension, le terme désigne des représentations graphiques basées sur un découpage polygonal très visible.

jouxtant neuf cases contenant des illustrations qui changent par une discrète animation. Dans sa version anglaise, le menu de navigation comprend trois liens hypertextes situés au-dessus des illustrations et quatre sections accessibles en-dessous des images. Ce qui change, par rapport à la version en turc, c'est la présence d'un quatrième lien qui concerne les possibilités de carrière et une section supplémentaire qui contient différents communiqués de presse. Une section intitulée « Career » se trouve cependant sur le site en anglais, mais le lien est inactif. Le site est disponible en turc, en anglais, en arabe, en russe et en français. Cette nouvelle version permet également de mettre en évidence que des contenus sont disponibles dans la version originale d'un site, mais pas obligatoirement dans toutes les langues proposées. C'est également le cas sur de nombreux autres sites, tel que celui de l'ABIN sur lequel une des différences notables entre la version anglaise et la version portugaise est la présence d'une section « Concurso » dans laquelle l'utilisateur de langue portugaise peut trouver la publication d'éventuels postes vacants à pourvoir. Par ailleurs, sur ce même site internet, les valeurs du service ne sont exprimées de façon explicite que dans la version portugaise et ont pour fondement la constitution fédérale du Brésil. La partie consacrée à l'analyse des aspects discursifs explique comment de telles pratiques permettent de mettre en évidence les différents publics auxquels les institutions s'adressent à travers leurs sites internet.

Le site du Mossad a, quant à lui, considérablement gagné en unicité : le menu de navigation de couleur foncée est présenté de manière verticale sur chacune des pages, à droite dans la version hébraïque et à gauche dans la version en anglais. La page d'accueil de la version anglaise comporte une illustration de la vieille ville de Jérusalem au-dessus de laquelle figure un ciel étoilé sur lequel se déploie une carte du monde en filigrane. L'aspect graphique du site a donc beaucoup changé, mais celui-ci n'a pas forcément gagné en sobriété. Sur cette même page d'accueil, l'utilisateur trouve un nuage de mots et un carrousel, accompagnés d'une citation : « Soudain, je me retrouve à faire des choses que vous ne voyez peut-être que dans les films », dans la version en hébreu, et « This is my secret - always and forever », pour la version anglaise.

Le site de l'USIC a changé d'URL en plus d'avoir changé radicalement d'aspect graphique. La variation la plus évidente entre l'ancienne version du site et l'actuelle apparaît d'emblée à l'utilisateur sur la page d'accueil : la gamme chromatique est passée du vert foncé à des nuances de gris et un fond blanc, soit les couleurs les plus utilisées par les sites web de ce type d'organisme.

La signature institutionnelle est modifiée pour « The United States Intelligence Community ». Le carrousel montre des silhouettes d'hommes et de femmes, sans montrer leurs visages, dans des situations et des tenues rappelant le monde professionnel. Ce choix iconique est relativement récurrent sur ce type de site. Par ailleurs, une femme souriante à la peau mate figure à côté du « Job exploration tool ». Ainsi, les illustrations de la page d'accueil mettent d'emblée l'accent sur la diversité et le professionnalisme. Les aspects discursifs restent, quant à eux, très similaires à ceux de la version antérieure : une énonciation à la première personne du pluriel avec de nombreuses interpellations de l'internaute. Ceci s'explique par la volonté affichée du destinateur de se présenter comme un employeur potentiel. Ce site redirige l'internaute vers les sites web des agences de renseignement membres de la communauté pour davantage d'informations quant à leurs missions et spécificités.

Les points suivants détaillent les différents aspects analysés à l'aide de la grille sémio-pragmatique. Le premier de ces points consiste en une analyse détaillée d'un des sites web du corpus : celui de la CIA. Cela permet d'illustrer le déploiement de la méthode sur un site. Les parties suivantes déroulent une analyse suivant chaque intitulé de la grille, en présentant de nombreux exemples issus du corpus à titre argumentaire. Le dernier chapitre de cette thèse met en relation les conclusions de l'analyse avec les aspects stratégiques développés dans la partie théorique, ainsi qu'avec les questionnements relatifs à la problématique de cette recherche.

Points clés

- Trente-et-un sites analysés
- Analyse et observation entre 2012 et 2016
- Un archétype de site ? Une similarité structurelle
- 9 sites ont subi une importante refonte
- Limitation des contenus suivant la langue de l'internaute
- Évolution graphique des sites

3.3.1. Exemple d'analyse détaillée : le site de la CIA

La CIA s'est montrée très tôt soucieuse de son image et a notamment apporté son expertise dans le cadre de la réalisation de certains films.[550] Le site internet de la CIA comprend dans sa structure les sections suivantes : « About CIA », « Careers & Internships », « Offices of CIA », « New & Information », « Library » et « Kid's zone ». Dans ces sections sont détaillés les missions, la vision, les valeurs, l'histoire, les conditions de recrutement, la législation qui encadre les activités, l'actualité autour de la CIA, les données de contact, les questions fréquemment posées et des jeux pour les enfants. Les sections consacrées aux différents bureaux de la CIA présentent des rubriques redondantes avec un contenu spécifique telles que « What we do », « Who we are », « FAQ's », etc. Il est assez compliqué de donner un aperçu exhaustif de ce qui est proposé sur le site internet de la CIA, tant le contenu proposé est tout à fait considérable. Outre les thématiques et les sections citées ci-avant, l'Agence publie le *Studies in Intelligence*, une revue qui propose des documents déclassifiés accessibles en ligne et téléchargeables. Ceux-ci concourent à faire des chercheurs de disciplines diverses des destinataires potentiels d'une telle communication. Du point de vue de sa structure et de son contenu, il apparaît que ce site respecte une sorte de « modèle canonique » du site anglo-saxon d'agence de renseignement étatique. D'autres sites tels que ceux du MI6[551], de la NSA, de l'ASIS, ont une structure assez similaire.

La CIA propose également du contenu de type encyclopédique, mis à jour régulièrement, susceptible d'intéresser l'internaute qui souhaite obtenir des informations sur n'importe quel pays du monde, le *CIA World Factbook*, ou sur les membres des différents gouvernements, l'*Online directory of Chiefs of State and Cabinet Members of Foreign Governments*. Ce type de contenu est tout à fait original par rapport à ce qui est disponible sur d'autres sites d'organismes de renseignement. Les rubriques purement informatives prennent place dans une communication centrée sur l'institution où le nom de l'Agence est répété à maintes reprises : « the CIA is responsible for providing intelligence on a wide range of national security issues to senior US policymakers ». Mais le site crée de nombreuses relations avec l'internaute, l'interpellant à l'occasion ou lui proposant du contenu interactif, des documents, des vidéos, un tour virtuel du

[550] HUYGHE (Fr.-B.), *La CIA débarque sur Twitter : une démarche qui n'a rien d'étonnant (bien au contraire)*, dans *L'OBS*, 10 juin 2014, [En ligne], <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1212635-la-cia-debarque-sur-twitter-une-demarche-qui-n-a-rien-d-etonnant-bien-au-contraire.html> (Page consultée le 11 septembre 2015).
[551] Ce n'est plus vraiment le cas pour la dernière version en ligne fin 2016.

quartier général, un autre du musée de la CIA, une ligne du temps interactive, un film pour le recrutement, des vidéos accessibles via une chaîne YouTube, etc. Le site tend à fournir quantité d'informations quant au cadre de fonctionnement du service au public, expose ses valeurs, et affirme à de nombreuses reprises son excellence. Bien sûr, il y a peu d'informations concrètes quant aux actions en cours, et ce pour d'évidentes raisons de sécurité et de sauvegarde des avantages stratégiques nécessaire à l'exercice des activités de renseignement. Il y a par contre beaucoup de documents sur les actions passées, le cadre, l'histoire, etc.

Concernant l'aspect iconique et visuel, le site, dans des tons gris clair et bleu, présente un équilibre texte-image assez variable. En général, le texte est majoritaire. Mais certaines pages comptent une part de texte équivalente à la part d'images. Tandis que d'autres n'ont pas d'illustration du tout, excepté la signature iconique, ou ne comptent qu'une petite photo tous les deux paragraphes. Les photos qui accompagnent les rubriques du menu principal sont toutes en nuances de gris-bleu, de format rectangulaire. Les illustrations ont pour but d'accompagner la thématique de la page ou d'attirer l'attention sur celle-ci, parfois de renforcer l'imagerie patriotique ou d'interpeller l'internaute. Des photos-documents de matériel d'espionnage ont une vocation plus didactique, par exemple. La sculpture « Kryptos » qui figure devant le quartier général de la CIA est accessible dans une section spécifique et invite l'utilisateur à s'intéresser, sinon à résoudre cette énigme cryptologique. Certaines représentations peuvent être interprétées comme des métonymies visuelles. Ainsi, l'avion espion SR-71 Blackbird représente le « renseignement d'origine image » (IMINT) et les célèbres bâtiments des États-Unis (Capitole, Maison Blanche ou encore Pentagone) représentent le pays, la nation. D'autres illustrations présentent des sujets récurrents sur ce type de site : drapeau du pays, globe terrestre, détail de bâtiment, personnes qui travaillent, etc. Les images qui mettent en évidence la section dans laquelle se trouve l'utilisateur présentent une certaine unité stylistique. En effet, bien souvent l'image comporte des dominantes de couleur bleue, des diagonales, des sujets coupés, une certaine asymétrie et des flous qui donnent une dynamique à la composition.

Dans le coin supérieur gauche de chaque page figure l'emblème du service[552] : un disque bleu à bord jaune au centre duquel la tête d'un aigle (symbole de la nation, de la vigilance et de la

[552] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 80-81.

force) surmonte un écu blanc (qui rappelle que la CIA est la « première ligne de défense de la nation ») dans lequel s'inscrit une rose des vents rouge à 16 branches (symbolise les informations qui proviennent de tous les coins du monde et qui convergent en un unique point central). Les couleurs du logo rappellent celles du drapeau du pays. Il comporte dans la partie supérieure la mention « Central Intelligence Agency » en blanc et dans la partie inférieure, en rouge sur fond jaune, « United States of America ». Le logo est accompagné d'un globe terrestre en gris sur fond blanc qui montre une partie des États-Unis, des méridiens et des parallèles (voir Figure 11).

Figure 11 : Page d'accueil du site de la CIA

L'énonciation est soit impersonnelle, soit à la 1e personne du pluriel. En effet, parfois l'énonciateur a recours à une tournure en « nous », ce qui accentue l'effet d'appartenance à une communauté, de travail en équipe : « First, we have to identify a problem or an issue of national security concern to the US government ». L'énonciateur interpelle aussi l'énonciataire à de multiples occasions, notamment dans les rubriques ayant trait au recrutement ou qui présentent un contenu plus interactif : « Learn more about CIA, our employees and what we do every day ». Ceci renforce l'impression de relation existant entre l'utilisateur et le destinateur. C'est aussi la raison pour laquelle certaines questions, dans la section « FAQ's », sont formulées telles que posées par l'utilisateur. La réponse est, quant à elle, donnée en interpellant le destinataire : « What if I want to eventually work for CIA? - To qualify for a position with the Agency, you must be 18 years of age, a US citizen, and a high school graduate. ».

Figure 12 : "Pourquoi travailler pour une entreprise quand vous pouvez servir votre nation ?"

À d'autres occasions, la CIA fait parler des employés identifiés par leur prénom, leur âge d'ancienneté dans l'Agence et leur fonction: « I was recruited by the Agency from my communications graduate program at American University. I had no idea what was in store for me, but I was pleasantly surprised to find that working in the DI[553] provides a vast range of opportunities and relationships beyond what I had imagined [...] - Jessica, publications officer (editor), 1,5 years ». Dans ce cas, c'est une identification du destinataire au membre du personnel de la CIA qui est recherchée. En effet, le discours rend compte du fait que l'employé qui s'exprime est une personne réelle avec des capacités qui ne se veulent pas hors norme. Cette volonté de personnifier les employés ou de démystifier l'Agence se retrouve dans d'autres sections du site.

[553] Directorate of Intelligence.

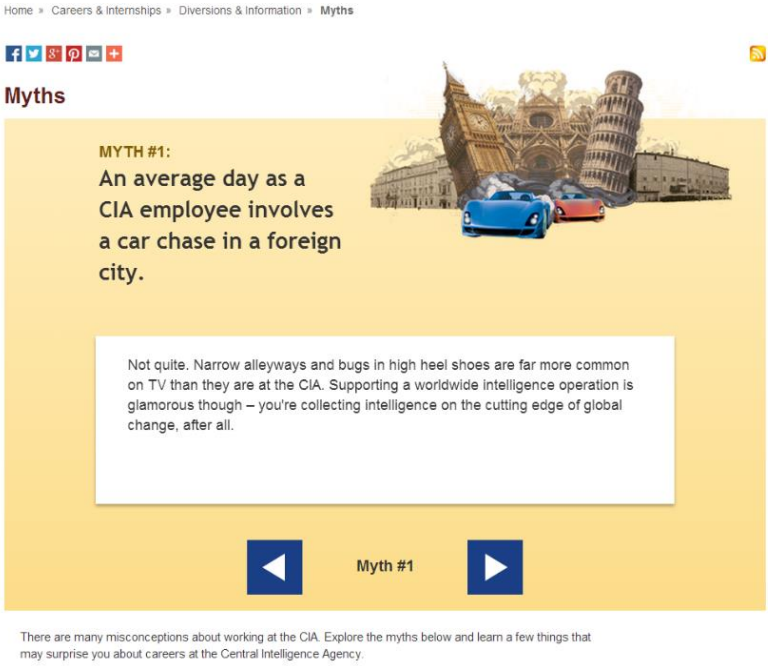

Figure 13 : Idées reçues à propos de la CIA

Une section (voir Figure 13) regroupe avec humour les idées reçues à propos de ceux qui travaillent pour la CIA. L'instance énonciatrice s'adresse à l'internaute comme suit : « There are many misconceptions about working at the CIA. Explore the myths below and learn a few things that may surprise you about careers at the Central Intelligence Agency ». Parmi ces préjugés sur le travail à la CIA, figurent les indispensables poursuites en voiture, l'interdiction d'utiliser les médias sociaux, la nécessité de descendre d'une famille établie aux USA depuis des générations, l'obligation de ne jamais avoir téléchargé de MP3 illégalement, le fait qu'un employé de l'Agence ne voit jamais sa famille ou ses amis, l'utilisation de gadgets secrets, etc. Cette partie permet à l'énonciateur de formuler des réponses sur un ton léger et parfois décalé à des questions qui jouent avec les clichés traditionnels de l'espion. Le site propose de télécharger une petite publication intitulée « We'd like to dispel a few myths about working for the Central Intelligence Agency » qui propose quelques variantes aux questions posées sur le site, telles que : « A GLAMOROUS LIFE STYLE AWAITS YOU - If you think that working for the CIA means you'll be jet-setting around the

globe to attend parties with billionaires and showing off your Tango skills, you'll be disappointed ».

S'il est exact que le destinateur tend à démystifier la réalité du métier, il n'en demeure pas moins que le discours présente une dimension connotée, c'est-à-dire qu'il recourt à des signes qui ont comme caractéristique spécifique une chaine sémiologique double, dont le signe de la première chaîne est le *signifiant* de la seconde chaîne[554]. Ainsi, s'il est vrai que la représentation de certains bâtiments officiels présente un caractère métonymique, tels que la Maison Blanche, le Capitole ou le Pentagone qui peuvent désigner la Présidence, le Pouvoir Législatif et le Département de la Défense, il apparaît alors comme justifié d'y voir une représentation de la Nation américaine et de sa défense, mission première de la CIA. C'est le même mécanisme interprétatif qui opère lorsque l'utilisateur est confronté à un dessin de femme vêtue d'un trench-coat, portant des lunettes noires ou à un homme en costume qui observe à travers des jumelles. Ces illustrations montrent une image de l'espion, avec sa panoplie la plus classique.

Le destinataire est un citoyen américain intéressé par le cadre de fonctionnement de l'Agence. Néanmoins, le destinataire peut être un journaliste, un étudiant, un politicien, un membre d'un service étranger, un employé de l'Agence, etc. Du contenu pour chacune de ces parties prenantes peut d'ailleurs être identifié. Il peut aussi s'agir d'une recrue potentielle, puisque l'accent est assez fortement mis sur le recrutement, ou encore d'un étudiant à la recherche d'un stage : « Are you looking for an exciting and challenging internship or cooperative education experience? Consider employment with the Central Intelligence Agency (CIA) as an undergraduate or graduate student ». Enfin, le site s'adresse même aux enfants, ce qui est assez rare, en proposant du contenu ludique et interactif. Par ailleurs, le site est disponible dans un grand nombre de langues : français, chinois, espagnol, russe, turc, arabe, etc. Le destinataire est donc aussi un internaute non-américain puisque le destinateur met à disposition une partie de l'information du site pour des personnes non-anglophones. De plus, ces langues, dites « langues critiques » par le responsable de communication de la DGSE, permettent d'envoyer un message tacite quant aux possibles zones géographiques d'intérêts de l'Agence à l'étranger ou quant aux langues qui l'intéressent pour le recrutement de sources potentielles, par exemple : « Il s'agit de démontrer ses compétences et ses zones d'intérêt

[554] BARTHES (R.), *Mythologies*, Paris, Éditions du Seuil, 1957, p. 187.

par le biais de ces langues critiques. Mais c'est aussi une question de choix. Il faut se demander si le jeu en vaut la chandelle. Cependant, il faut se rendre compte que cela permettrait de toucher d'autres publics cibles, des gens avec qui nous pourrions travailler, des gens qui ont potentiellement des informations à transmettre »[555]. Bien que ce ne soit pas aussi explicite que sur d'autres sites, tel que sur celui du service jordanien GID, puisque la CIA ne propose ici « que » de « rapporter des menaces ».

L'énonciation insiste sur les valeurs de l'attachement aux USA, du professionnalisme et du haut degré de technologie de l'Agence. Ceci concourt à créer une image d'organisme performant au service de la nation que l'utilisateur peut rejoindre. Tout ce qui, dans le texte ou l'image, renvoie au patriotisme de l'institution ou de l'utilisateur tend à séduire le destinataire. C'est ce but qui est poursuivi quand l'énonciateur dit « Serving in the National Clandestine Service is more than just a career; it is a way of life » ou « Why work for a company when you can serve your nation? ». Cette dernière phrase qui figure sur fond de bannière étoilée, avec une femme jeune et souriante représentant supposément une employée de la CIA, qui regarde l'internaute, s'appuie fortement sur le patriotisme et la représentation idéalisée d'un employé de l'agence. Nombre d'éléments textuels et visuels jouent sur ce registre.

Les valeurs de la CIA, exposées dans la section « Ethos », sont les suivantes : service, intégrité, excellence, courage, travail d'équipe et intendance / gérance[556]. Parmi les grandes catégories de valeurs de référence utilisées, le discours s'articule particulièrement autour de la Cité civique et de la Cité industrielle. En effet, les valeurs civiques, comme expliqué ci-avant, sont abondamment mobilisées. Dès la page d'accueil, c'est ce champ de valeurs qui est exploité avec l'annonce de la mission de la CIA : « Preempt threats and further US national security objectives by collecting intelligence that matters, producing objective all-source analysis, conducting effective covert action as directed by the President, and safeguarding the secrets that help keep our Nation safe ». C'est sur ce même registre que joue la signature institutionnelle de l'Agence, présente dans le bandeau : « The work of a nation. The center of intelligence ». La performance du

[555] Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la DGSE, 19 février 2014.
[556] « Stewardship », en anglais.

service est rappelée de façon prolifique (voir Figure 14) : « We accomplish what others cannot accomplish and go where others cannot go »[557]. Il s'agit alors d'une mobilisation des valeurs de la Cité industrielle. Dans sa vision du monde et dans sa vision d'elle-même, l'Agence insiste sur l'importance des notions de communauté, d'équipe, de protection des intérêts américains, de patriotisme, de service, d'intégrité et d'excellence. Enfin, la CIA rappelle qu'elle est « la première ligne de défense de la nation ».

Figure 14 : Compte Twitter de la CIA

Une autre récurrence de ce type de site web est de traiter des menaces. Ceci constitue une part de la vision du monde du destinateur. L'Agence propose à l'internaute, comme c'est le cas usuellement, de rapporter les menaces par le biais d'un formulaire en ligne, ce qui place l'utilisateur dans le rôle d'un partenaire potentiel pour lutter contre ces menaces. Ces dernières, à l'exception du terrorisme, n'ont pas de section spécifique qui leur sont consacrées, comme c'est le cas sur d'autres sites analysés, mais elles sont listées comme suit : « […] international terrorism, the proliferation of weapons of mass destruction, cyber attacks, international organized crime and narcotics trafficking, regional conflicts, counterintelligence threats, and the effects of

[557] Ce contenu était présent sur le site web de l'Agence, dans la section « CIA Vision, Mission, Ethos & Challenges » mais a été changé, fin 2013, pour un texte plus explicatif et moins publicitaire. Cependant, en mars 2015, c'est toujours cette mention qui figure dans la description du profil Twitter et Facebook de la CIA.

environmental and natural disasters ». La lutte contre le terrorisme occupe une place tout à fait spécifique dans la vision du monde de la CIA, puisqu'une section intitulée « CIA & the War on Terrorism » énumère toutes les dates clés de cette guerre et propose une série de documents et références en rapport avec le sujet. Les débuts de la guerre contre le terrorisme remontent, selon le site, aux événements du 11 septembre 2001 et une série de faits sont rapportés, telle que la traque d'Oussama BEN LADEN, ou des questions sur ce thème. Mise à jour régulièrement, cette section comporte aussi un extrait de rapport traitant des tendances globales de la menace terroriste pour 2015 qui se termine par : « Terrorist groups will continue to find ways to attack US military and diplomatic facilities abroad. […] Middle East and Southwest Asian-based terrorists are the most likely to threaten the United States ». La menace terroriste demeure donc un sujet d'inquiétude pour l'Agence.

L'actualité impacte aussi fortement une partie du contenu qu'il est possible de trouver sur le site. Un exemple édifiant est relatif à ce qui s'est passé suite à la déclassification, puis à la publication, le 9 décembre 2014, d'un rapport[558] au sujet du programme de détention et d'interrogation de la CIA. Immédiatement, la presse internationale titre à propos du « programme de torture » de la CIA, des « *Black Sites* »[559] et publie des extraits, surtout les plus accablants, du rapport de la commission d'enquête sénatoriale. L'Agence réagit rapidement par le biais de son Directeur qui annonce : « The women and men of the CIA have operated around the globe, 24-hours-a-day, working with their U.S. colleagues as well as with foreign partners to prevent terrorist attacks. As a result of these efforts, including the many sacrifices made by CIA officers and their families, countless lives have been saved and our Homeland is more secure. […] As part of the CIA's global effort to dismantle al-Qa'ida and to prevent future terrorist attacks, the Agency was directed by President Bush six days after 9/11 to carry out a program to detain terrorist suspects around the world. Certain detainees were subjected to enhanced interrogation techniques (EITs), which the Department of Justice determined at the time to be lawful and which were duly authorized by the Bush Administration ». Cette prise de position officielle est d'autant plus nécessaire qu'un site (CIAsavedlives.com) est créé par des personnes qui se présentent comme

[558] SENATE SELECT COMMITTEE ON INTELLIGENCE, *Committee Study of the Central Intelligence Agency's Detention and Interrogation Program*, 13 décembre 2012 (déclassifié le 3 décembre 2014), [En ligne], <http://www.intelligence.senate.gov/study2014/sscistudy1.pdf> (Page consultée le 9 janvier 2015).
[559] Sites de détention secrets.

d'anciens officiers de l'Agence qui ont pour but, par cette démarche, de prouver que le programme était autorisé par le Président des États-Unis et surveillé par le Conseil National de Sécurité. Dans une stratégie de gestion de crise tout à fait maîtrisée, la CIA met alors à disposition, sur son site, des documents en rapport avec cette enquête sur le programme de détention et annonce cette publication en même temps sur son compte Twitter. En outre, il est notable de voir que dans la communication sur le sujet, l'Agence utilise son site web et les médias sociaux, s'en tient aux faits et communique avec transparence et honnêteté sur ce qui lui est reproché. La crise est finalement de courte durée.

Figure 15: Premier tweet du compte @CIA

L'usage des medias sociaux pour communiquer vers le grand public n'est pas habituel dans le secteur du renseignement étatique et rares sont les services qui y recourent. La CIA a posté son premier tweet le 6 juin 2014, soit le jour du 70e anniversaire du débarquement de Normandie (voir Figure 15). D'autre part, la CIA possède également un compte Facebook, YouTube et Flickr.[560] L'interaction publique avec les internautes rend l'exercice délicat pour un service de renseignement. Ainsi, Nicolas WUEST-FAMOSE, responsable de communication de la DGSE, voyait beaucoup d'obstacles à la présence d'un service de renseignement sur les médias sociaux qui supposent « de l'actualité et des interactions. Par ailleurs, il y a le risque d'alimenter la machine à fantasmes ou de voir quelqu'un révéler une opération en cours ». Et en effet, dès le lendemain de

[560] HUYGHE (Fr.-B.), *La CIA débarque sur Twitter : une démarche qui n'a rien d'étonnant (bien au contraire)*, dans *L'OBS*, 10 juin 2014, [En ligne], <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1212635-la-cia-debarque-sur-twitter-une-demarche-qui-n-a-rien-d-etonnant-bien-au-contraire.html> (Page consultée le 11 septembre 2015).

sa première publication, le compte de la CIA s'est vu interpeller par Wikileaks annonçant « We look forward to sharing great classified info about you »… L'assertion de Nicolas WUEST-FAMOSE n'est donc pas partagée par tous les services, comme en atteste la présence de plusieurs organismes de renseignement sur Facebook, Twitter ou encore YouTube. Il est à noter que les médias sociaux peuvent intéresser également ces services en matière de collecte d'information[561]. Cependant, le compte Twitter de la CIA a par la suite proposé du contenu riche et varié à ses followers, notamment en proposant avec humour, à l'occasion du 35e anniversaire de la crise iranienne des otages de l'ambassade de Téhéran : « We love #Argo, @TheAcademy award winning film by @BenAffleck. Today we tell you what's "reel" vs. "real" » (voir Figure 16). La CIA a alors posté plusieurs messages détaillant ce qui relève de la fiction et ce qui est véridique dans le film. Enfin, comme évoqué précédemment, l'Agence a utilisé son compte Twitter et Facebook pour poster les liens des documents et remarques qui concernent le rapport sur le programme de détention de la CIA, réagissant de façon très rapide à une nouvelle crise médiatique d'importance.

Le discours de la CIA sur Twitter se caractérise notamment par un « ton non-officiel » adapté à un public plus jeune.[562] Avec 330 millions d'utilisateurs actifs au premier trimestre 2017, ce réseau social est utilisé par 24% des utilisateurs d'Internet (contre 79% pour Facebook), dont l'audience est constituée d'autant d'hommes que de femmes et dont le public moyen est caractérisé par un bon niveau d'éducation et par 36% d'utilisateurs âgés de 18 à 24 ans, il n'est pas étonnant que la CIA ait également recours à ce média (en plus d'une chaîne YouTube, d'un compte Facebook et Flickr).[563]

[561] BRELSFORD (P.), *White paper. Employing a social media monitoring tool as an OSINT platform for Intelligence, Defense & Security*, 8 juillet 2015, [En ligne], New York, Talkwalker.
[562] HUYGHE (Fr.-B.), *La CIA débarque sur Twitter : une démarche qui n'a rien d'étonnant (bien au contraire)*, dans *L'OBS*, 10 juin 2014, [En ligne], <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1212635-la-cia-debarque-sur-twitter-une-demarche-qui-n-a-rien-d-etonnant-bien-au-contraire.html> (Page consultée le 11 septembre 2015).
[563] PEW RESEARCH CENTER, *Social Media Update 2016. Facebook usage and engagement is on the rise, while adoption of other platforms holds*, 11 novembre 2016, [En ligne], <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/> (Page consultée le 7 janvier 2018).

Figure 16: Tweet de la @CIA à propos du film Argo

La stratégie de communication de la CIA, sur son site web, couvre l'ensemble des dimensions répertoriées dans la partie consacrée aux « stratégies et dimensions de la communication ». Le site a pour vocation première de fournir une information générale visant à se faire connaître et à exposer son domaine d'activité. Cette information a une dimension didactique dès lors que le destinateur offre au destinataire, ou plutôt en s'adaptant aux différents destinataires potentiels, du contenu destiné à l'informer sur les processus à l'œuvre pour produire du renseignement. La finalité idéale de cette dimension est de participer à la diffusion d'une culture du renseignement, tout en démystifiant partiellement la réalité du métier. Cette démystification est partielle puisque si une section est consacrée à combattre les idées reçues, l'Agence entretient l'idée du prestige associé à sa réputation et à son aura quasi-mythique. Aussi, la page consacrée aux

enfants joue sur le stéréotype de l'espion, la section du *National Clandestine Service* porte la mention mystérieuse « To Know the Truth. Veritatem Cognoscere. », celle de la Direction des Sciences et des Technologies, « Technology so Advanced, it's Classified », etc. Démystification, mais sans doute pas démythification, donc. Concernant la dimension de justification du discours, la traque de BEN LADEN offre l'occasion de communiquer à la fois sur les menaces et sur une réussite récente de la CIA. Ce dossier bien connu de la CIA, popularisé au cinéma en 2012 par le film *Zero Dark Thirty*, renforce par ailleurs la crédibilité du destinateur, à l'instar de la section consacrée à son histoire ou encore celle de son Musée qui offre une expérience interactive et pédagogique au destinataire. Il convient de rappeler, à la lumière de ces derniers exemples, qu'une même section ou un même message, qu'il soit iconique ou textuel, peut concerner plusieurs dimensions stratégiques dans la communication, parmi celles qui ont été répertoriées. Ces différents messages se renforcent mutuellement. La quête de crédibilité est une autre dimension du discours qui trouve une certaine résonnance dans la partie consacrée à l'historique, celle consacrée aux valeurs et dans les références légales, la justification par le droit. La CIA lance aussi un message tacite d'avertissement quant à ses zones d'intérêt, par le biais des langues critiques. Cet avertissement est également perceptible, à l'égard du public américain, qu'il soit un homme politique ou un simple citoyen, lorsque le destinateur attire l'attention sur les menaces que l'Agence identifie comme prioritaires. Ces menaces recouvrent, comme cela a été dit précédemment, le terrorisme international, la prolifération d'armes de destruction massive, les cybers attaques, le crime organisé, les conflits régionaux, l'espionnage et les effets des désastres naturels et environnementaux. La CIA accorde cependant une attention particulière à la « guerre contre le terrorisme » qui est un thème clef dans le discours pour ce qui est de l'histoire récente du service et de sa victoire médiatisée contre Al-Qaïda, un ennemi qui a occupé l'Agence depuis 2001. L'énonciateur met également l'accent sur les possibilités de carrière et de recrutement à travers une section dense en contenu qui propose : « View our available career opportunities or learn about the application process by visiting the following pages ». L'Agence essaye, par ailleurs, de démystifier quelque peu ses activités à travers une section dédiée et expose les processus de collecte et d'analyse dans les pages consacrées à ses différentes directions. Cette dimension didactique se trouve encore renforcée lorsque l'utilisateur parcourt les documents et publications mis à disposition et le contenu interactif. Il est intéressant de noter que si la CIA cherche à se démystifier, elle se mythifie en mettant en avant son rôle de « première ligne de défense de la nation », en jouant

avec les stéréotypes et avec les symboles patriotiques forts. Il y a une forme de storytelling dans la communication de la CIA, fortement perceptible dans la partie consacrée au recrutement ou dans celle consacrée au rôle de la CIA dans la lutte contre le terrorisme, où se déploie une forme de rhétorique manichéenne dans laquelle la justice, incarnée par la CIA, triomphe de l'infâmie, représentée par Al-Qaïda : « Today, we have rid the world of the most infamous terrorist of our time. US strike team stormed a compound in Abbottabad, Pakistan and killed Usama Bin Ladin ». Enfin, le site web de l'Agence a été un instrument d'avant-plan au cours de la gestion de la crise de décembre 2014 et cela démontre aussi à quel point une communication maîtrisée semble être devenue une nécessité pour un service de renseignement soucieux de son image, qui opère pour le compte d'un État qui se veut démocratique et qui souhaite informer ses citoyens du cadre de ses activités.

Points clés

- Une structure quasi canonique
- Peu d'informations concrètes quant aux actions en cours
- Énonciation qui alterne tournure impersonnelle et première personne du pluriel
- Interpellations visuelles et textuelles de l'utilisateur
- Menaces
- Idées reçues : démystification
- Publics multiples
- Vision : première ligne de défense de la nation
- Une Agence sur les réseaux sociaux

3.3.2. Aspects discursifs

3.3.2.1. Thématiques

Les **thématiques** abordées par l'instance énonciatrice sont très similaires d'un site à l'autre. Si tous les sites abordent la question du renseignement et celle des missions qui leur sont confiées, certains d'entre eux insistent davantage sur les menaces auxquelles ils doivent faire face. C'est le cas notamment de l'ABW (Pologne) qui les liste comme suit : lutte contre le terrorisme, contre-espionnage, lutte contre la prolifération d'armes de destruction massive, lutte contre la criminalité économique, lutte contre la corruption et lutte contre la criminalité organisée. La majorité de ces menaces sont communes aux différentes institutions étudiées avec, certes, quelques variantes suivant leurs prérogatives légales. C'est la raison pour laquelle certains services évoquent davantage la protection du territoire national et les menaces qui y ont trait, tandis que d'autres mentionnent plutôt la politique étrangère, le développement national et la sécurité extérieure (NIA, GID).

La lutte contre la menace terroriste est souvent évoquée (GID, Shabak, AIVD, FSB). Dans cette thématique, le destinateur présente bien souvent le citoyen comme un adjuvant pouvant aider le service à lutter contre cette menace en prenant l'initiative de divulguer certaines informations utiles. Les organes de renseignement se présentent ainsi comme des partenaires de la société civile dont une des fonctions essentielles est la protection des citoyens. Notamment, sur le site du FSB, sous la mention du nom du service, un encart, identifiable par sa typographie de couleur rouge et l'annotation « anti-terrorisme », invite l'utilisateur à contacter le FSB par téléphone.

L'espionnage est une autre menace citée par la majorité des services. Par exemple, le KGB biélorusse insiste sur la sauvegarde des secrets d'État et la divulgation de l'activité des espions sur le territoire biélorusse, ou les activités d'espionnage dans les domaines politique, industriel et économique. Les services dont les missions concernent principalement la protection du territoire national y font référence.

Les domaines de spécialité sont mis en évidence par certains services, tels la NSA et le GCHQ qui insistent particulièrement sur leur expertise en matière de cryptographie. Dans d'autres

cas, la focalisation du service sur certaines matières transparaît simplement au regard des différents documents publiés : ainsi, il semble évident que le Shabak fait de la lutte contre le terrorisme sa priorité, comme en attestent le nombre important de publications à ce sujet mis à disposition de l'utilisateur.

Certains organismes insistent davantage sur leur rôle dans la lutte contre la corruption, comme le FSB qui y consacre une section, y propose une série d'informations sur le sujet et invite le citoyen à prendre contact avec le service s'il a été témoin de malversations : « Contactez-nous pour dénoncer la corruption ». L'utilisateur a alors accès aux numéros de téléphone de contact ou à un formulaire web à compléter. Certaines sections, par exemple celle consacrée aux statistiques liées à la corruption, sont, pour l'heure, désespérément vides.

La transparence est une thématique abordée parfois de façon tout à fait explicite, comme c'est le cas du site du CISEN qui y a consacré une section entière. Un nombre important de services insistent aussi sur l'aspect démocratique de leur fonctionnement et consacrent une section dédiée à la manière dont ils font l'objet d'un contrôle de leurs activités : « in a democratic society, it is vital that security services are as transparent as possible without compromising operations » (GCHQ).

L'histoire du service est évoquée par la majorité des sites (vingt-sept sites sur trente-et-un), à l'exception de quatre d'entre eux : SSA (Afrique du Sud), CISEN (Mexique), USIC (États-Unis) et GID (Jordanie). Cet aspect tient une part prépondérante dans l'argumentation du destinateur qui l'envisage bien souvent comme un gage de performance et de savoir-faire. Ainsi, le SIS fait mention de sa création en 1909, FSB et SVR insisteront sur leur filiation avec le KGB soviétique, le GCHQ mentionne *Bletchley Park* et son rôle prépondérant dans le déchiffrement d'Enigma, la NSA traite de sa contribution à l'Histoire et le Mossad rappelle son rôle de protecteur de l'État d'Israël depuis sa création au milieu du XX^{e} siècle. Certains services mettent en évidence leur collection d'artefacts historiques (dix sites sur trente-et-un), présentent leur musée ou proposent à l'internaute une présentation interactive de leur histoire (BfV, notamment).

L'attachement et le service à la nation apparaîssent également comme une thématique implicite dans chacun des sites analysés. Certains organismes y font référence sans aucune ambiguïté : la CIA, le Mossad, ou la NSA. La composante iconographique renforce cet aspect du discours, comme expliqué par la suite.

Le rôle des institutions de renseignement dans le domaine économique est abordé à maintes reprises, tantôt de manière sous-entendue, tantôt de manière tout à fait explicite. La protection des infrastructures, les cyber-menaces, le contre-espionnage sont autant d'exemples de thématiques que les organisations étudiées relient à leur mission de protection du potentiel économique du pays. La NSA y fait référence en consacrant une section dédiée à « Securing Networks and Data ». Le rapport que les missions de ces organisations entretiennent avec l'actualité transparaît également à travers certaines publications : « ISIL in the Middle East, the clash between Russia and Ukraine, and the rise of cybercriminals and online paedophiles » (GCHQ). Les actualités sont parfois affichées sur la page d'accueil (BIS, DGSE, FSB) et seize sites sur trente-et-un disposent d'une section consacrée à l'actualité ou à destination de la presse. Ceci induit deux choses : cela montre à l'utilisateur que le site est remis régulièrement à jour et cela souligne l'adéquation entre les activités du service et les problématiques auxquelles la société fait face. Il s'opère une sorte de réactualisation de l'utilité de la fonction de renseignement à travers la publication d'un certain nombre d'actualités. Cela atteste de l'activité du service au quotidien et fait écho aux sections historiques du site en suggérant que le service fait preuve d'efficacité.

S'il est vrai qu'il existe de fortes similarités entre les différents sites internet analysés pour ce qui concerne les thématiques abordées ou la structure générale, certains services présentent leur rôle comme étant des « missions », tandis que d'autres parlent davantage de « devoirs » (GID, NIS, ABIN) : « ABIN […] has the duty to : plan, execute, coordinate, oversee, and control the Intelligence activity ». D'autres organismes parlent de « pouvoirs » (ABW, SVR) pour désigner la même réalité.

Concernant ce qu'il est convenu de désigner la « métacommunication » des sites web étudiés, très rares sont les organisations qui traitent de leur communication ou des aspects techniques ou stratégiques en lien avec leur site. Un des uniques exemples est le site du MIT turc

qui mentionne, chose assez rare que pour être soulignée, ses statistiques de trafic annuelles pour l'année 2014 : de 90.300 à 260.250 visiteurs par mois. Il n'est cependant pas spécifié il s'agit du nombre de visites comptabilisées ou bien du nombre de visiteurs uniques. Mais c'est probablement le seul site à communiquer sur son audience. Il est donc ainsi possible de se faire une idée de l'ordre de grandeur du nombre d'internautes qui visitent le site web du MIT.

3.3.2.2. Énonciation

L'**énonciation** est très majoritairement impersonnelle (NIA, SSA, CIA, ABIN, DINI, Mossad, NIS, Shabak, BIS, KGB, CISEN). Toutefois, il est possible d'identifier trois tendances : une énonciation impersonnelle qui est généralement neutre, une énonciation qui mêle phrases impersonnelles et de phrases à la première personne du pluriel (DGSE, SCRS) et une énonciation à la première personne du pluriel (SIS, MIT, ASIS, CNI). L'énonciation impersonnelle est accompagnée d'une répétition du nom de l'organisation : « ABIN is a STATE AGENCY, not a GOVERNMENT AGENCY. The Brazilian State is permanent. Government is transitory. ABIN has no link to political parties ». Cette répétition du nom de l'organisation est très courante, y compris dans des textes qui sont présentés comme étant le fruit d'une production personnelle, censée conduire à un rapprochement avec le destinataire. C'est le cas notamment dans le discours de bienvenue du Directeur du Mossad, qui présente une tournure impersonnelle où la formule « the MOSSAD » (en majuscule dans le texte) est martelée tout au long des lignes.

Les sites qui recourent à une énonciation impersonnelle peuvent faire varier leur mode d'énonciation suivant les sections dédiées. Dans les témoignages du CISEN, certains des témoignages présentent quelques phrases à la première personne du singulier et dans les FAQ (voir Figure 17) quelques rares questions présentent des phrases commençant par « votre ». Le SVR, quant à lui, utilise un mode d'énonciation impersonnel, mais a tendance à utiliser « notre service » (наша служба) dans les textes qui concernent le recrutement, par exemple. Et, dans le reste du site, l'énonciation donne l'impression que l'énonciateur parle du SVR du point de vue d'un observateur extérieur, qui fournit des informations.

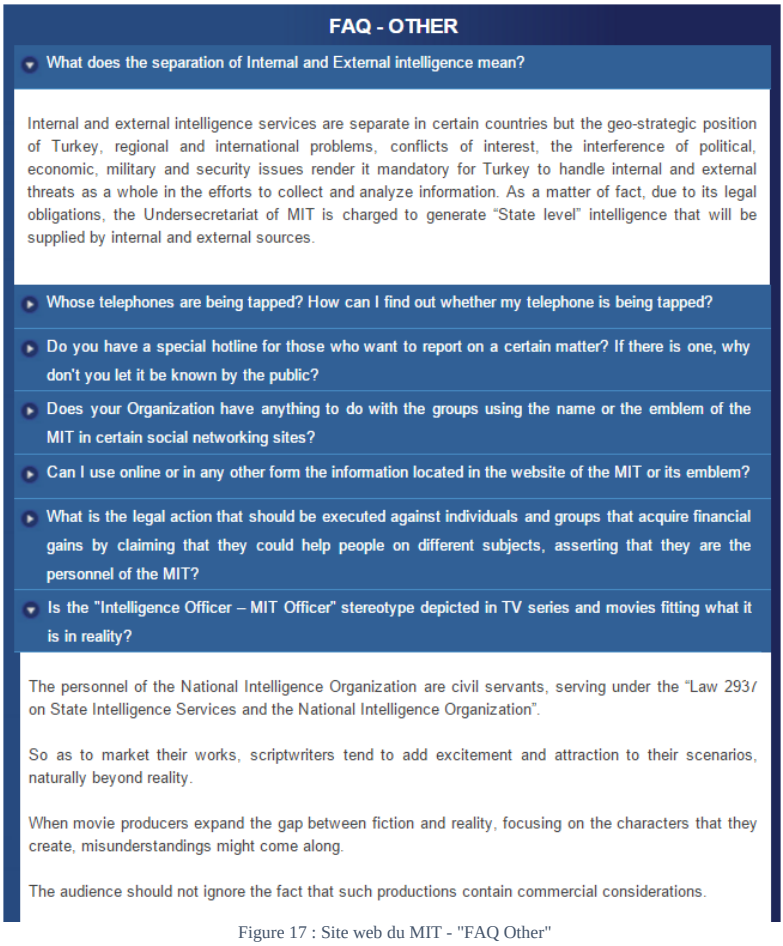

Figure 17 : Site web du MIT - "FAQ Other"

Sur le site du BIS, les sections sont intitulées « Who we are », « What we do » et « How we work », mais le texte est rédigé à la troisième personne du singulier avec une insistance sur le nom du service. Le design général du site a changé ; il est intéressant de noter que le texte comporte nombre de remplois et est toujours rédigé sur ce ton impersonnel. L'autre site tchèque, celui de l'UZSI, présente une structure très similaire, mais une énonciation majoritairement en « nous » : « Our major intent is to secure that the acquired intelligence is relevant, impartial and prompt ». La

redondance de certains arguments, ou du nom du service, par exemple, dans les discours analysés permet de s'assurer de l'exposition au message et d'augmenter les probabilités que le destinataire soit attentif. [564] Cette répétition est bien entendu conditionnée par le type de média qui suppose que le destinataire peut parcourir une partie limitée du site. Les exemples et la redondance permettent de s'assurer que le message est compris.

Le nouveau site de l'USIC est quelque peu particulier puisque son but est principalement d'informer le destinataire quant aux possibilités de carrière dans le secteur du renseignement étatique aux États-Unis. Pour ce faire, le site propose des vidéos et des formulaires interactifs. L'internaute est virtuellement inclus dans le discours par des formulations telles que « I am a U.S. citizen – Yes/No », auxquelles le destinateur lui répond « You must be a U.S. citizen to gain employment with the U.S. Intelligence Community ». Cependant, même dans sa dernière version, le site internet conserve de nombreux textes rédigés à la troisième personne du singulier.

Il semble que l'évolution des sites internet analysés tend à proposer davantage une énonciation qui alterne entre le « nous » non-inclusif et les interpellations du destinataire : « Did you know ? September 6 is the day dedicated to commemorate the intelligence professional » (ABIN). Cette tendance semble davantage marquée sur les sites anglo-saxons. Lorsque de nouveaux textes apparaissent sur les sites étudiés, il est courant qu'ils soient rédigés en « nous ». Ainsi, la dernière version du site du SIS annonce « at the Secret Intelligence Service (SIS) – otherwise known as MI6 – our mission is clear ». Le nouveau site du MIT « we maintain the following principle : *The objective of intelligence is to gather correct information and not to leave the State facing a surprise* ». Le site de la NSA utilise cette énonciation et la renforce avec une insistance sur l'appartenance au service « At NSA, we work every day to protect the Nation's security ». C'est, par ailleurs, un des rares sites (avec ceux du BIS, du BND, du BfV et du GID) qui fait intervenir son directeur suivant une énonciation en « je », qui interpelle le destinataire. Les pronoms utilisés peuvent avoir différentes valeurs : inclusive ou exclusive. Parfois, c'est assez ambigu et le destinataire ne sait pas s'il doit s'inclure dans le « nous » utilisé.[565]

[564] KAPFERER (J.-N.), *op. cit.*, p. 31 et 244.
[565] KRIEG-PLANQUE (A.), *op. cit.*, p. 168-170.

Le discours apparaît bien souvent comme fortement égotique (vingt-trois sites sur trente-et-un), neutre, et, lorsque l'énonciation est impersonnelle, l'instance énonciatrice apparaît comme observatrice de l'institution. Le destinateur tend à expliquer les missions, les valeurs et le cadre de fonctionnement du service suivant un schéma qui présente nombre de récurrences d'un site à l'autre. La place accordée à l'utilisateur / destinataire n'est pas toujours claire et, bien souvent, les indices qui permettent de déceler quel est le public des sites de services de renseignement sont les mêmes.

3.3.2.3. Destinataire

L'analyse a démontré que l'énonciation est largement impersonnelle (vingt-et-un des trente-et-un sites) et tournée vers l'organisation, afin de produire un discours qui soit à la fois neutre et informatif. La question qui se pose est de savoir quelle est la place accordée au **destinataire** dans le dispositif de communication et, par extension, quelles sont les caractéristiques de ce destinataire. Quelques rares sites proposent du contenu ludique et interactif à destination des enfants (CIA, NSA, AIVD) ou de télécharger des applications interactives (Cryptoy du GCHQ), mais ces exemples ne représentent que quelques rares cas isolés. Les indices qui permettent le plus aisément de produire des hypothèses quant aux destinataires envisagés par l'instance énonciatrice sont : les langues proposées, les sections dédiées à l'utilisateur, les interpellations du destinataire dans le discours, et les contenus interactifs.

La première chose apparente lors de l'analyse des sites est la variation de contenu suivant la langue sélectionnée par le destinataire. Ainsi le contenu sera considérablement plus étendu dans la version originale du site. Étant donné que l'analyse n'a pu se faire sur l'ensemble des sites en version originale, cette différence de contenu peut poser problème et mener un traitement différencié du corpus sélectionné. Car comme mentionné dans la partie consacrée à la délimitation du corpus, seuls vingt-deux des trente-et-un sites analysés l'ont été dans leur version originale, les autres ayant été analysés dans leur version anglaise. Aussi, une comparaison structurelle a été réalisée à l'aide d'outils de traduction automatisés pour relever les différences de contenu, sans entrer dans le détail du texte puisque ces outils de traduction sont d'une fiabilité toute relative.

Les langues proposées sur le site fournissent un premier indice quant aux différents publics visés. Force est de constater que sept sites sur les trente-et-un ne proposent le contenu que dans leur langue nationale (DINI, SVR, FSB, ASIS, NSA, SIS, GCHQ), tandis que d'autres multiplient les langues proposées (CIA). Le SIS proposait cependant, dans une version antérieure du site, un panel de langues autres que l'anglais. Cette fonctionnalité a cependant disparu et n'est plus disponible au moment d'écrire ces lignes (2016). Si les sites anglophones ont automatiquement une portée internationale, les sites russes ne peuvent être compris que par un utilisateur russophone, ce qui limite quelque peu le destinataire suivant ses compétences linguistiques. La grande majorité des sites proposent au minimum leur langue nationale et la langue anglaise (28 des sites proposent l'anglais). Le site de l'ABIN différencie le destinataire en fonction de la langue choisie. Ainsi la section consacrée aux éventuels postes vacants n'est disponible que pour les personnes de langue portugaise, et c'est loin d'être un cas isolé (MIT, NIS). Dans ce cas, le destinataire peut se concevoir comme un citoyen brésilien, mais également en deuxième lieu comme étant une personne de langue espagnole, ce qui se comprend aisément puisque c'est la langue des pays limitrophes, ou de langue anglaise.

Nombre de sites établissent peu de relations entre le destinateur et le destinataire (dix-sept sur trente-et-un sites). Raison pour laquelle, dans un premier temps, il apparaît comme approprié d'imaginer le destinataire comme un citoyen du pays au service duquel l'institution de renseignement travaille. Le cas le plus emblématique est vraisemblablement le site du DINI, qui s'adresse à un citoyen péruvien et dont la communication est totalement centrée sur l'institution et la légitimation de son cadre législatif, sans offrir de place véritable à l'interaction avec l'utilisateur. Parfois, les caractéristiques d'énonciation évoluent en fonction du public visé. Ainsi, sur le site de l'ABIN, une section est destinée aux jeunes et, comme attendu, des jeux sont également proposés, mais aussi des magazines (« ABIN's young agent against the Chupa-cabras on Marajó Island »), un programme permettant aux écoles de visiter le service et des explications quant au codage et au décodage de messages. Finalement, cette partie du site dénote fortement avec les autres quant au ton adopté qui est plus informel, plus didactique, et qui tend davantage à mettre en place une réelle relation entre destinateur et destinataire : « Did you know that, since the beginning of time, man generates, but also hides knowledge? Yes, man writes, speaks, communicates through signs, but often times needs to keep secrecy on several issues, such as political matters, diplomatic liaisons,

military communications, scientific production, trade, industrial and financial activities, as well as personal secrets (such as not telling your mom you broke her favorite vase or what you did yesterday and don't want your parents to know) ».

De manière générale, la section consacrée aux FAQ semble intéressante puisqu'elle permet d'accéder aux questions posées le plus souvent par les utilisateurs, ou du moins aux questions imaginées comme telles par le destinateur. Dans ces questions, la majorité des sites (vingt-trois sur trente-et-un) recourt à l'interpellation du destinataire et propose des questions rédigées comme si elles étaient posées par l'internaute. C'est la section qui comporte usuellement le plus de phrases destinées à créer une impression de relation avec l'utilisateur, avec les pages consacrées au recrutement : « You can, however, read more about what it's like here, and see some pictures of what it looks like inside our building, on our 'Who we are' pages » (GCHQ). Le site du MIT divise cette section en quatre thématiques principales qui permettent d'englober les différentes sections du site : « Carrière », « Pouvoirs et responsabilités », « Activité » et « Autres ». Finalement, la lecture de ces questions ne permet pas de se faire une idée plus précise des destinataires supposés de ces sites : est-ce un citoyen, une recrue potentielle, un internaute en quête d'informations sur les services secrets, etc. ?

Les quelques sites qui proposent à leur Directeur de s'exprimer directement (BND, NSA, GID, Mossad), que ce soit en vidéo (NSA) ou par l'intermédiaire d'un texte souvent proposé sur la page d'accueil, tentent bien souvent de mettre un visage sur une institution, mais également d'interpeller l'utilisateur quant à l'intérêt du contenu du site. Sur le site de la NSA, le directeur lance dans une vidéo « Hi, I'm Keith Alexander, Director of the National Security Agency and Chief of its military components, the Central Security Service. On behalf of the men and women who work here, thank you for your interest in our work ». Difficile de ne pas voir de similitudes avec le discours du directeur du GCHQ, Robert Hannigan, qui annonce « I hope the Website will help you to understand more about what we do to protect the UK ». Le message est clair et outre la proximité voulue par l'énonciateur qui se présente comme étant le représentant d'une institution qui explique sa raison d'être sur un site internet et ce qu'elle fait pour les citoyens, rien n'est dit à propos de la qualité supposée du destinataire : quelqu'un qui cherche à comprendre ce que l'institution fait pour protéger le pays.

Le service jordanien GID propose également un discours de bienvenue de la part de son Directeur, le Général Faisal Al Shoubaki : « I urge our citizens, brothers and friends to communicate with us to help us safeguard security and peace domestically and abroad ». Vraisemblablement, le destinateur attend de l'utilisateur, qualifié de citoyen, de frère et d'ami que celui-ci communique pour aider l'organisation dans sa mission. Le discours mentionne également, comme c'est le cas classiquement: « We are happy through this Website to present to you GID's work philosophy ». Un formulaire permet à l'utilisateur de transmettre les informations au GID, ce qui doit mener à la « communication » attendue par le Directeur. Si cet exemple, permet d'illustrer l'interaction attendue par certains organismes dans le cadre d'une collaboration avec le citoyen, il met aussi en lumière un aspect « mise en récit » que l'on retrouve sur d'autres sites web. Dans le cas présent, le site insiste particulièrement sur la figure centrale du Directeur du service et sa relation privilégiée avec le Roi de Jordanie. La narration induit, en produisant la lettre de nomination du Directeur par le Roi et la réponse du Directeur, que le service exerce un mandat qui lui a été conféré par le Roi et qui confine pratiquement à la mission sacrée.

Si tous les sites analysés laissent penser qu'ils s'adressent à leurs citoyens et que certains de ces sites spécifient attendre une éventuelle collaboration, il est juste de se poser la question : quelle est la nature de cette collaboration souhaitée ? Le citoyen internaute est vu bien souvent comme un adjuvant potentiel, à plusieurs titres. Il faut préciser que cette relation est, au moins dans un premier temps, virtuelle puisque la relation supposée entre destinateur et destinataire n'existe en réalité qu'entre le dispositif et le destinataire, pas réellement avec le destinateur. Le NIS coréen annonce explicitement la nature de la relation qu'il entretient avec le « public » : « With the support of the public, we will faithfully fulfill our duties to act as a *fortress of the Republic of Korea* that shields the nation from hostile forces at home and abroad, protects the ROK citizens by responding to comprehensive threats and preserves national identity by safeguarding liberal democracy ». Le premier exemple de relation souhaitée est une communication avec le « public » afin d'obtenir des informations nécessaires pour l'accomplissement des missions confiées au service. Le service invite l'utilisateur à interagir en communiquant des informations et en prenant contact grâce aux informations mises à disposition sur le site (adresse, mail, téléphone ou formulaire de contact dédié). Sur le site du GID, la relation avec l'utilisateur se cristallise principalement autour de la

section « How you can help us » où le destinataire annonce explicitement « The task of preserving national security is a shared responsibility, especially since terrorist threats are indiscriminate by nature. Therefore, if you happen to have information about a potential threat to our national security, we would like to hear from you as the information you have may help us ward off the threat and ensure continued personal safety. Naturally, we would like to know how you obtained this information, some personal details and, at the same time, we guarantee the secrecy of all information you share with us ». Cela revient, ni plus ni moins, à proposer à l'utilisateur de franchir la première étape pour devenir une source. Le site polonais ABW identifie aussi le destinataire comme étant un candidat ou un informateur potentiel : « Tu as vu [quelque chose] – Tu sais [quelque chose] – Dis-le nous ». Si le site du SSA ne prend que peu en compte le destinataire, la possibilité de contacter le service est offerte : « How could I assist the SSA? ». Le service répond : « If you believe you may have information that may be useful to the SSA and wish to contact us, the following channels are available ». Certains sites proposent même plusieurs sections en fonction du partenariat proposé. Le FSB consacre une section à la lutte contre la corruption et propose une série d'informations sur le sujet avant d'inviter le citoyen à prendre contact avec le service s'il a été témoin de malversations : « Contactez-nous pour dénoncer la corruption ». L'utilisateur a alors accès aux numéros de téléphone de contact ou à un formulaire web à compléter. A un autre endroit du site, un encart identifiable par sa typographie de couleur rouge et l'annotation « anti-terrorisme », invite l'utilisateur à contacter par téléphone le FSB par ces mots : « Si vous avez des informations sur des attentats terroristes commis ou planifiés, veuillez en référer au Service fédéral de sécurité de Russie par téléphone »[566], suivi du numéro de téléphone du service. Un formulaire de contact par mail est accessible, juste à côté, d'un simple clic. Les sections apparentées à « How you can help » (MIT) sont donc très communes. Cela permet de se faire une image plus précise du destinataire qui est par défaut un citoyen ou un internaute de langue anglaise (très souvent). Mais il peut aussi être une source potentielle d'information pour le service.

Un autre point qui permet de préciser davantage à quels destinataires potentiels le site s'adresse est la présence récurrente d'une section consacrée au recrutement. Cette thématique peut

[566] Traduit du russe : « Если вы обладаете любой информацией о совершенных или готовящихся терактах, просьба обращаться в ФСБ России по телефону ».

faire l'objet d'un renvoi vers un autre site spécifiquement dédié au recrutement (GCHQ, NIS, MIT) ou bien d'une section aisément identifiable. Par exemple, l'UZSI s'adresse, dans cette section, à « Madame, Monsieur hautement estimés »[567], c'est-à-dire sur un ton qui s'apparente à une politesse distante, tandis que le passif est souvent utilisé pour décrire les actions possibles de la personne qui voudrait interagir avec le service… Sur le site du SZRU, où la communication est également fortement centrée sur l'institution, les rares interpellations de l'utilisateur se trouvent également dans la section consacrée au recrutement. Cela montre que, même si le destinateur adopte une tournure totalement impersonnelle sur l'ensemble du site, la section consacrée au recrutement fait le plus souvent l'objet d'une attention particulière pour créer une interaction ou, du moins, susciter l'intérêt de l'utilisateur. C'est également le cas sur le site du Mossad et du SVR. Dans ce dernier cas, le ton est plutôt formel tant sur la page d'accueil où le Directeur du SVR s'adresse à des « utilisateurs d'Internet estimés », que sur les pages de recrutement où le vouvoiement de politesse (Вы) est utilisé et où les interpellations sont conditionnelles (« si vous êtes »). La recrue potentielle du SVR est idéalement un jeune citoyen patriote qui n'a pas peur de relever le défi de passer par des procédures difficiles pour faire partie du service. Les sites dédiés au recrutement semblent être une nouvelle évolution puisque plusieurs services y ont actuellement recours, alors que ce n'était pas le cas il y a plusieurs années. Les services consacrent cependant ce type de site à leurs seuls ressortissants puisque la nationalité est une condition pour pouvoir exercer dans ce type d'institution. La version coréenne du site du NIS propose donc un lien vers un site spécifique concernant les carrières. La relation entre énonciataire et énonciateur est inexistante dans la version anglaise du site. L'unique relation tient au dispositif médiatique qui suppose implicitement une interaction de l'utilisateur : mise à disposition d'information - consultation d'information. Le même type de remarque s'applique au site du Shabak qui présente également une différence de contenu selon la langue, et seule la version en hébreu permet d'accéder à la section consacrée au recrutement. Il y a sur ce site peu de relations avec l'utilisateur, voire aucune dans la version anglaise du site, le but étant également de fournir une information utile et précise quant aux attaques terroristes et aux menaces.

L'interpellation de l'utilisateur contribue, comme cela a été dit, à créer un semblant de relation entre le destinataire et le destinateur. Cependant, certains sites se consacrent entièrement à

[567] Traduit du tchèque : « "Vážená paní, vážený pane ».

l'aspect informatif en fournissant un discours égotique où de telles interpellations sont pratiquement inexistantes (CISEN, SSA, DGSE). Une telle formalisation du discours contribue à créer davantage de distance, même si cela tend à fournir une apparence d'objectivité. La DGSE cherche à expliquer la réalité du métier et à démystifier quelque peu le renseignement, même s'il y a peu de réelle intégration du récepteur dans le discours, mais volonté de faciliter les repérages de l'internaute avec un balisage clair. Le site du KGB donne également une image impersonnelle, parlant des organisations et du pays à la troisième personne, usant de tournures de phrase telles que « le citoyen doit » ou « le citoyen est dans le droit de » qui peuvent surprendre puisque cela donne une apparence de relation hiérarchique dont le cœur est constitué des droits et devoirs du citoyen, de l'État et du KGB. Le manque d'interpellation de l'utilisateur renforce l'impression que l'utilisateur est un internaute intéressé par le renseignement et toutes informations connexes telles que le droit et le cadre règlementaire. Cet aspect se retrouve également sur le site italien et celui du CISEN.

Les interpellations du destinataire ne comptent que pour une minorité dans le discours. Cependant, elles permettent de déterminer ses caractéristiques avec plus de précision et formalisent les rôles qui peuvent être les siens. L'énonciateur insiste largement sur le patriotisme nécessaire pour intégrer le SVR et invite les internautes tentés par une carrière au sein de ce service par ces mots : « Si vous êtes jeune, si vous êtes un citoyen de la Fédération de Russie, si vous aimez vraiment votre pays et si vous êtes attiré par le métier d'espion, cette section vous apprendra comment devenir un employé du Service de renseignement extérieur russe »[568]. L'ASIS est plus neutre : « If you would like to learn more about ASIS or are thinking about a career with us, we encourage you to read more ». C'est également le cas du SIS : « Please read the Careers section ». L'USIC est complétement tournée vers les citoyens américains intéressés par une carrière au sein de l'une des 16 agences de renseignement membres de l'Intelligence Community et les interpellations de l'utilisateur y sont beaucoup plus nombreuses et explicites que sur la plupart des autres sites étudiés pour se faire une idée de l'identité des destinataires : « Apply to the Intelligence Community agency of your choice for a career within the IC ».

[568] Traduit du russe : « Если Вы молоды, являетесь гражданином Российской Федерации, искренне любите свою Родину и Вас привлекает романтика профессии разведчика, то данный раздел поможет Вам узнать как стать сотрудником СВР России ».

Un autre public visé par de tels sites internet est, évidemment, les journalistes puisque la plupart des sites sont dotés d'une section consacrée aux actualités ou bien d'informations destinées à faciliter les prises de contact avec les professionnels du secteur médiatique en mettant les coordonnées de contact du service à leur disposition ou bien en les invitant à se référer au service de relations publiques. Le site polonais de l'ABW fait mention d'une série de parties prenantes que sont les journalistes, les industriels, les importateurs et les parties prenantes concernées par les menaces listées. Difficile donc de répertorier de manière exhaustive l'ensemble des parties prenantes qui peuvent être intéressées de près ou de loin par les informations mises à disposition par les institutions de renseignement. Le SSA a une section dédiée aux fournisseurs et aux appels d'offres, le FSB à la coopération scientifique et technique ou à l'octroi de licences à destination des entreprises, des institutions et des organisations, la NSA une section business, etc.

3.3.2.4. Destinateur

Un dernier élément nécessaire à la compréhension de la dimension discursive du contenu des sites internet analysés est celui de l'image du destinateur. S'il est vrai que les sites du corpus sont tous consacrés à présenter un ou plusieurs services de renseignement (USIC et AISE AISI), il convient de distinguer l'organisation du destinateur du site. En effet, une organisation en tant que telle n'est pas douée de parole et son site internet ne reflète qu'une sorte de consensus sur ce que le groupe d'individus qui la composent lui fait dire. La question est donc de savoir qui parle. La majorité des sites, comme cela a été expliqué précédemment, ont recours à une tournure impersonnelle. Ce type de discours, rédigé à la troisième personne du singulier, donne l'impression que le destinateur est extérieur à l'organisation et en parle objectivement comme étant quelqu'un qui la décrit. Lorsque l'instance énonciatrice utilise la première personne du pluriel, l'impression qui se dégage du texte est qu'un ensemble de collaborateurs, qui travaillent pour l'institution de renseignement à laquelle le site web appartient, s'adresse directement à l'utilisateur. Ce « nous » (destinateur) apparaît d'emblée comme étant exclusif et l'usage d'interpellations créent un « vous » (destinataire).

Le destinateur est rarement identifié, à la seule exception notable des discours des directeurs ou lorsqu'il s'agit de témoignages qui permettent d'identifier le destinateur comme étant un

employé. L'internaute imagine qu'il peut s'agir d'un webmaster d'une équipe dédiée à la rédaction qui publie des textes qui ont fait l'objet de débats et de relecture. La seule instance énonciatrice qui est identifiée est le Directeur de l'institution qui signe son discours.

Cinq des trente-et-un sites internet font parler leurs collaborateurs pour qu'ils s'adressent au public. Des témoignages d'employés les font s'exprimer en « je », tandis qu'ils demeurent anonymes et ne sont désignés que par leur prénom et leur fonction. La NSA et le SCRS ont également recours aux employés qui témoignent de leur expérience professionnelle. Ce type de témoignage, fictif ou non, joué par des acteurs ou narré par d'authentiques professionnels du renseignement, présente la caractéristique singulière de donner un visage humain aux destinateurs. D'un discours impersonnel et formaté proposé par une équipe dédiée à la communication d'une institution, le discours devient une anecdote personnelle, racontée par une instance énonciatrice à échelle humaine à laquelle le destinataire peut s'identifier. Ainsi, même lorsque l'énonciateur utilise le « nous » et se met à la place des personnes qui travaillent pour l'organisation, l'image de l'énonciateur comme groupe soudé parlant d'une seule voix reste tronquée.

Le discours des différents sites analysés apparaît comme très fortement formaté. Les annonces telles que « Why does GCHQ have a Website? Yes we are a secret intelligence agency, but we are committed to being as open as we can be, in line with the Government's openness policy. We have had a Website since 1997 and strive to publish as much information as possible without compromising security » ou « Seventeen separate organizations unite to form the Intelligence Community (IC). Each member agency operates under its own directive, yet they are all dedicated to the defense of our country and national security » ne donnent qu'une vision consensuelle et lissée des rapports qui peuvent exister entre l'organisme de renseignement et le monde dans lequel il évolue. La dimension conflictuelle est, sinon absente, du moins considérablement atténuée.

3.3.2.5. Buts

Quels sont les buts poursuivis par le destinateur à travers la communication de son site ? Comme cela a été dit précédemment, avec l'exemple d'analyse du site de la CIA, l'Agence cherche à informer, à convaincre, à établir sa crédibilité et à démystifier le métier. Cet aspect

« démystification » n'est pas l'apanage du seul site de l'Agence Centrale de renseignement des États-Unis, mais est également un aspect de la communication d'autres sites web analysés, avec des tendances plus ou moins marquées. Le BIS prévoit les *a priori* négatifs que le public peut avoir sur le service. Le rôle de l'organisation et ses valeurs sont mis en avant : protection du citoyen et de l'État. L'énonciateur cherche ainsi à travailler sur l'image négative des services secrets intériorisée par les populations, dans ce cas principalement lors de l'époque soviétique, compte tenu des rapports historiques entre les agences de renseignement tchèques et soviétiques. Les *a priori* possibles sur le service sont anticipés par des formulations qui expliquent ce que le service ne fait pas : « La tâche du BIS n'est donc pas de rassembler des preuves qui seront utilisées pour emprisonner quelqu'un et l'amener devant la justice. Il s'agit de connaître à temps une menace éventuelle et faire le nécessaire pour l'éliminer »[569]. L'énonciateur essaye de mettre l'énonciataire en confiance en adoptant une posture d'ouverture face à d'éventuelles questions : « Je voudrais travailler chez vous. Est-il possible de déposer ma candidature quelque part? Je sais communiquer avec les gens et acquérir de l'information. Est-ce que j'ai une chance de travailler chez vous? »[570]. Cette citation apparaît dès la page d'accueil, dans les informations, et laisse supposer que l'organisation entend les questionnements des citoyens et n'hésite pas à communiquer avec eux et à répondre aux questions. Un autre exemple est celui du site du MIT turc où le destinataire insiste sur l'importance de la loi qui encadre les activités du service, parfois en mentionnant explicitement l'article de loi concerné, mentionne la collaboration avec des services étrangers, rassure quant à la mise sur écoute de téléphones, qui n'a lieu que dans des cas précis ou encore confirme que sa seule présence officielle en ligne est le présent site internet. L'aspect légal est bien souvent utilisé pour affirmer sa crédibilité et pour rassurer le citoyen quant à la nature réelle des activités du service. L'AIVD insiste sur l'aspect partenarial de la relation envisagée avec l'utilisateur en lui proposant « ce que vous pouvez faire » et met à sa disposition, pour dissiper tout malentendu, une section « mythes et malentendus » qui aligne les poncifs à propos des activités d'espionnage : « L'AIVD a le permis de tuer », « L'AIVD peut espionner tout le monde », « L'AIVD a accès à tous les systèmes informatiques ».[571] La majorité des sites explique le rôle du renseignement, ses missions,

[569] Traduit du tchèque : « Úkolem BIS není tedy shromažďovat důkazy umožňující někoho zatknout a dostat před soud, ale o možné hrozbě vědět, včas před ní varovat a vhodnými kroky jí eliminovat ».
[570] Traduit du tchèque : « Rád bych u vás pracoval. Mohu se někde přihlásit? Umím jednat s lidmi a získávat informace. Mám u vás naději? ».
[571] Traduit du néerlandais : « De AIVD heeft een 'licence to kill' », « 'De AIVD kan iedereen afluisteren », « De AIVD heeft toegang tot alle computersystemen ».

son cadre légal et affiche la volonté de se présenter comme partenaire du public. Ceci de façon implicite, comme c'est le cas du site de la DGSE, soit de façon explicite, comme sur le site du BIN qui annonce ses intentions : « It is scary, classified, mysterious, sealed, clandestine, and strict. Those are the impressions that often felt spontaneously in public mindset, when asked about the intelligence. Sometimes, people see the intelligence cynically ».

Les services de renseignement utilisent également leur site internet dans une optique de prévention. Comme cela a été dit, le destinateur mentionne, de manière générale, les menaces auxquelles l'organisme fait face et les moyens légaux mis à sa disposition pour y parvenir. Par ailleurs, quelques sites livrent également des conseils, tel le FSB qui propose à l'internaute des informations pour se prémunir d'éventuelles attaques terroristes ou « comment se comporter en cas d'enlèvement ». Cette sous-section consacrée au comportement à adopter en cas de prise d'otage fait suite à une réunion entre le FSB et du personnel du corps enseignant, au mois d'octobre 2004, comme mentionné sur le site, soit un mois après la prise d'otages de Beslan, dans une école d'Ossétie du Nord. Cette prise d'otages ressemblait pour les services de renseignement russes à une répétition de la prise d'otages du théâtre de la Doubrovka à Moscou en 2002. Celle-ci avait été présentée par les autorités comme une réussite, malgré les 129 otages décédés au cours de l'assaut, dans le but probable de dissuader d'autres attaques terroristes similaires. Le site invite l'utilisateur à s'éloigner des portes et fenêtres pour éviter les bris de verre lors de l'intervention des forces spéciales, et répond à des questions posées par des enfants. L'ensemble est accompagné de photos d'officiers du FSB en uniforme, aux visages floutés, entourés d'enfants. Ce type de publication est donc fortement influencé par les actualités, et il est possible d'y voir une réponse directe des services à l'inquiétude des populations face à certains thèmes.

La manière dont chaque service se présente est également révélatrice de sa vision du métier, de sa conception de lui-même, de ses intentions vis-à-vis du destinataire et des objectifs de sa communication. Si la signature institutionnelle adoptée par une minorité de sites est intéressante à ce titre, c'est bien souvent dans les textes qui traitent de l'organisation et qui en présentent ses missions et sa vision, que transparaît la représentation du sujet par lui-même, en forme d'introspection. Le SIS annonce par exemple : « We collect secret intelligence and mount operations overseas to prevent and detect serious crime, and promote and defend the national

security and economic wellbeing of the United Kingdom ». L'énonciateur mentionne également la collaboration étroite avec des services partenaires et les moyens utilisés pour accomplir sa mission. De tels extraits permettent non seulement d'appréhender la dimension persuasive du discours, mais également d'en comprendre les valeurs et les mondes possibles construits par l'instance énonciatrice.

Si le contenu des sites apparaît dans un premier temps comme purement informatif, c'est-à-dire comme présentant une dimension argumentative neutre[572], il convient de rappeler que « la communication est continuellement animée par une argumentation. Même dans l'information, on défend des idées, une vision des choses »[573]. Toutefois, comme cela a été dit, le discours déploie un certain nombre de procédés d'argumentation, tel qu'un lexique valorisant ou des figures d'insistance, voire même de l'humour[574].

L'analyse a démontré l'importance, pour le destinateur, d'établir ou de renforcer sa crédibilité. Un des moyens déployés à cette fin est de convoquer sa légitimité historique. Le SVR annonce avoir plus de 90 ans d'existence, or le SVR a été officiellement créé en 1991, suite à la dissolution du KGB. En affirmant que « depuis plus de 90 ans d'existence, le SVR a écrit de nombreuses pages glorieuses dans le livre d'histoire de notre pays »[575], Mikhaïl FRADKOV fait référence à la naissance symbolique du renseignement extérieur russe lors de la création du Département des affaires étrangères de la Tchéka, le 20 décembre 1920, comme mentionné dans la section « histoire du SVR » (История СВР России). Cette assertion place donc le SVR dans la continuité de la Tchéka (ЧК) et du KGB (КГБ), notamment. Le 20 décembre est ainsi, tant pour le SVR, que pour le FSB, la date mythique de création des services de renseignement russes, en filiation directe avec la Tchéka, le GPU, le NKVD et le KGB. Les arguments invoqués pour étayer la crédibilité du destinateur reposent sur des interprétations historiques et des références légales, dans un registre didactique. Les textes de loi mentionnés sont, par ailleurs, accessibles sur le site. Le discours ayant trait aux activités du service reste donc de nature contextuelle et légale, comme

[572] AMOSSY (R.), *Argumentation et Analyse du discours : perspectives théoriques et découpages disciplinaires*, dans *Argumentation et Analyse du Discours*, n°1, [En ligne], 2008, p. 3.
[573] NYSENHOLC (A.) et GERGELY (Th.), *Information et persuasion. Argumenter*, Bruxelles, De Boeck, 2000, p. 7.
[574] Par exemple, les publications qui concernent les mythes relatifs au renseignement (Figure 30).
[575] Traduit du russe : « За более чем 90-летний период своего существования внешняя разведка вписала немало славных страниц в летопись нашего государства ».

l'illustre cette citation : « Dans le processus de renseignement, le SVR peut utiliser des méthodes et des outils visibles et invisibles qui ne devraient pas causer de dommages à la vie et à la santé des personnes ou endommager l'environnement. La procédure d'utilisation de méthodes et d'équipements secrets est déterminée par les lois fédérales et les actes juridiques normatifs relatifs au renseignement russe des Affaires étrangères »[576].

Un autre aspect de l'argumentation réside dans la justification de l'existence des services comme institutions destinées à lutter contre un certain nombre de menaces. Ce mode d'argumentation exploite quelque peu la peur du destinataire face à ces menaces. Le SIS déclare : « Past threats were more predictable, but today's adversaries are constantly changing. So the ability to adapt and combine the UK's collective security resources is paramount ». Cette assertion selon laquelle le monde actuel est davantage changeant que par le passé est une ritournelle dans la rhétorique de nombreux services de renseignement. Elle permet de justifier le rôle des services dans un contexte géopolitique complexe. Les menaces identifiées sont bien souvent le terrorisme, la prolifération, les cyber-menaces, l'espionnage et, enfin, les conflits étrangers et l'instabilité. « We know that instability and conflict overseas can create weak governments and poor security – just the right environment for terrorists and organised crime groups to thrive » (SIS). Il est évident qu'« augmenter le niveau de peur facilite la persuasion seulement si les recommandations présentées dans le message sont capables d'atténuer la peur qui aurait été induite »[577].

Les valeurs contribuent également à établir la crédibilité du destinateur, tandis qu'elles permettent également de se faire une idée, en creux, du public visé par l'argumentation déployée. Ceci car la similarité joue également un rôle prépondérant dans l'argumentation puisqu'elle produit un impact persuasif. Le destinateur cherche à se faire une idée de son public et à jouer de l'analogie des valeurs déployées pour faciliter l'effet persuasif de son discours en augmentant sa crédibilité et la confiance que lui témoigne son destinataire. C'est la raison pour laquelle les sites russes et tchèques semblent insister davantage sur lutte contre la corruption, étant donné les scandales

[576] Traduit du russe : « В процессе разведывательной деятельности СВР может использовать гласные и негласные методы и средства, которые не должны причинять вред жизни и здоровью людей и наносить ущерб окружающей среде. Порядок использования негласных методов и средств определяется федеральными законами и нормативными правовыми актами органов внешней разведки Российской Федерации ».
[577] KAPFERER (J.-N.), *op. cit.*, p. 71.

récurrents liés à ce type de délit dans ces deux pays. L'aspect patriotique (GID, CIA, NSA, Mossad) contribue également à asseoir l'image de respectabilité du service face à son public. C'est le cas lorsque le GID produit la citation du Roi qui affirme « My trust in the leadership and organization of the General Intelligence is Whole. I am fully assured by your awareness, your discipline and your unsung commitment to the duty ».

Cependant, il n'est pas possible de se faire une idée précise de ce que de telles orientations argumentatives du discours produisent sur l'ensemble des publics envisageables. Il est prudent de se rappeler qu'il « y a une tendance innée chez l'homme à rechercher des informations qui confirment sa propre opinion et à éviter des informations qui s'y opposent »[578].

Points clés

- Énonciation impersonnelle fréquente
- Évolution : un discours en « nous »
- Destinataire : un citoyen, un adjuvant, un partenaire ?
- Des publics variés : citoyen, presse, enfant, politicien, historien, informateur, entreprise, etc.
- Missions / Devoirs / Pouvoirs
- Des menaces identifiées
- Relation dispositif - destinataire
- Destinateur : un observateur externe ou un groupe d'employés
- Une figure publique : le directeur

[578] KAPFERER (J.-N.), *op. cit.*, p. 96.

Acronyme	Pays	Langues	Mot du Directeur	Missions	Vision	Valeurs	Historique	Recrutement - Carrière	Législation	Presse & actualité	Contrôle	Menaces	Contact	Documents déclassifiés	Jeux	FAQ's	
								Afrique									
NIA	Nigeria	Anglais															*50%*
SSA	République d'Afrique du Sud	Anglais															*50%*
												Afrique Total :				*2*	
								Amérique du Nord & Centrale									
CIA	États-Unis d'Amérique	Anglais, français, russe, espagnol, arabe, turc & chinois															*86%*
CISEN	Mexique	Espagnol & Anglais															*64%*
NSA/CSS	États-Unis d'Amérique	Anglais															*86%*
SCRS/CSIS	Canada	Anglais & français															*79%*
USIC	États-Unis d'Amérique	Anglais															*43%*
													Amérique du Nord & Centrale Total :			*5*	
								Amérique du Sud									
ABIN	Brésil	Portugais, Espagnol & Anglais															*71%*
DINI	République du Pérou	Espagnol															*50%*
													Amérique du Sud Total :			*2*	
								Asie & Moyen-Orient									
BIN	Indonésie	Indonésien & Anglais															*57%*
FSB	Fédération de Russie	Russe															*50%*
GID	Jordanie	Arabe & anglais															*50%*
MOSSAD	Israël	Hébreu, Arabe, Anglais & Russe															*50%*
NIS	République de Corée du Sud	Coréen & anglais															*71%*
SHABAK (ISA)	Israël	Hébreu, arabe & anglais															*71%*
SVR	Fédération de Russie	Russe															*71%*
													Asie & Moyen-Orient Total :			*7*	
								Europe									
ABW	Pologne	Anglais & polonais															*50%*
AISE	Italie	Italien & anglais															*50%*
AISI																	*0%*
AIVD	Pays-Bas	Néerlandais & Anglais															*71%*
BIS	République tchèque	Tchèque & Anglais															*57%*
BfV	Allemagne	Allemand & Anglais															*64%*
BND	Allemagne	Allemand & Anglais															*57%*
CNI	Espagne	Espagnol, Anglais, Français, Catalan, Galicien & Basque															*64%*
DGSE	France	Français, Anglais & Espagnol															*71%*
GCHQ	Grande-Bretagne	Anglais															*93%*
KGB	Biélorussie	Russe, Biélorusse & Anglais															*36%*
MIT	Turquie	Turc & Anglais															*64%*
UZSI	République Tchèque	Tchèque & Anglais															*50%*
SIS (MI6)	Grande-Bretagne	Anglais															*50%*
SZRU	Ukraine	Ukrainien & Anglais															*57%*
													Europe Total :			*14*	
								Océanie									
ASIS	*Australie*	Anglais															*71%*
													Océanie Total :			*1*	
													Total			*31*	
			32%	*100%*	*52%*	*61%*	*87%*	*77%*	*90%*	*74%*	*35%*	*61%*	*100%*	*10%*	*13%*	*68%*	

Tableau 5 : Thèmes abordés

3.3.3. Valeurs, vision du monde et mondes possibles

Les organismes de renseignement, à travers leur communication web, traitent de l'éthique du métier de renseignement, soit de façon directe en énonçant leurs valeurs, soit de façon indirecte à travers le discours construit sur ces pages web. Les pages consacrées aux *« missions, valeurs et vision »*, ainsi que le discours du directeur qui s'adresse au visiteur, sont celles qui contiennent le plus de références directes et indirectes à l'**éthique** du service.

Les organismes sont plus enclins à se justifier sur le registre des Mondes industriel et civique. Tous, sans exception aucune, y font référence. L'efficacité (SVR), l'aide à « une meilleure décision politique » (SIS) ; la précision dans le travail (CIA), l' « amélioration de la performance » (NSA), la « maîtrise de la totalité des modes de recueil de renseignement » (DGSE), l' « entretien de la performance » (Mossad), le « dévouement à l'obtention de résultats » (ASIS), le respect de la procédure (BIS) et la rapidité d'action (BND) constituent une manière d'insister sur la haute efficacité des services. De façon générale, la précision, l'apport d'une réponse adaptée, le professionnalisme, le ciblage efficace et la mise en avant d'une procédure affutée constituent la base de ce qu'est l'éthique d'un service de renseignement actuel. Si les théories de BOLTANSKI et THÉVENOT consacrent le fait que « l'ordonnance du monde industriel repose sur l'efficacité des êtres, leur performance, leur productivité, leur capacité à assurer une fonction normale, à répondre utilement aux besoins »[579], l'analyse montre que d'autres principes sont mobilisés dans le discours des sites. L'ensemble de ces principes auxquels les services font appel dans leur justification permet de caractériser les mondes possibles développés dans la construction identitaire des organismes de renseignement à travers leur communication. Il est donc possible d'objecter que ces principes ne sont pas confinés au domaine industriel ou domestique (voir ci-après). C'est donc la hiérarchisation des principes mobilisés qui donne à voir ce qu'il est possible d'appeler « le monde des services de renseignement ».

L'argumentation sur la base du Monde industriel, et donc, sur son efficacité, est parfois complétée par les références aux traditions - le Monde domestique - et à l'histoire du service.

[579] BOLTANSKI (L.) et THÉVENOT (L.), *op. cit.*, p. 254.

Comme le mentionne le service russe SVR, « seuls les meilleurs des meilleurs peuvent devenir agents du SVR et poursuivre les glorieuses traditions de notre service »[580]. L'histoire du service sert donc aussi à insister sur les succès passés et sur l'héritage historique de l'organisme, tant dans ses méthodes, comme le fait la NSA lorsqu'elle parle de « taking a step back to examine, understand, and appreciate our rich cryptologic heritage », que dans ses réussites passées pour attester de sa capacité à relever les défis sécuritaires à travers le temps, à l'instar du SIS qui rappelle que l'un de ses réseaux « operating behind German lines in Belgium and France made an important contribution to the Allied victory ».

Les références au Monde civique à travers les mentions légales sont un autre aspect de la communication des services de renseignement qu'il convient de souligner. Les mentions précises à des textes légaux, telles que « les missions générales de la DGSE sont formalisées dans l'article D 3126-1 à D 3126-4 du Code de la défense », sont relativement récurrentes, mais les sites contiennent aussi des références plus générales à la loi telles que « in order to be able to fulfil its mission, BIS has to work in a secret mode, but always in strict compliance with law ». D'autre part, les services se positionnent souvent comme des acteurs clés de la société démocratique dans laquelle ils s'inscrivent : « It's important that Americans understand what NSA does for the nation ». Ainsi, le devoir et l'intérêt de l'État sont souvent mentionnés, de même que des valeurs telles que la loyauté à la Patrie et l'intégrité.

Les références aux intérêts économiques et au Monde marchand sont moins nombreuses. Lorsque l'argumentation concerne ce champ, elle repose sur la réalisation de mission « in the interests of the economic well-being of the UK » (SIS). Peu de services argumentent sur l'éthique de la profession en référence à l'économie, mais lorsque c'est le cas, l'argumentation est souvent mise en rapport avec le Monde industriel ou avec le Monde civique comme sur le site du SVR qui parle de l'intérêt de ses activités pour « promouvoir le développement économique, le progrès scientifique et technologique du pays »[581].

[580] Traduit du russe : « Только лучшие из лучших получают право стать в строй разведчиков и продолжить славные традиции нашей Службы »
[581] Traduit du russe : « СВР осуществляет разведывательную деятельность в целях содействия экономическому развитию, научно-техническому прогрессу страны»

Le Monde inspiré est peu abordé, excepté quelques services qui mettent en avant l'esprit de créativité et d'innovation de leurs officiers de renseignement. Mais ce phénomène reste très minoritaire. Le Mossad, à travers sa célèbre devise, « Where no counsel is, the people fall, but in the multitude of counselors there is safety -Proverbs XI/14 », et la présence d'une colombe blanche présentée sur l'une de ses pages, porte la justification sur ce terrain, clamant son héritage biblique. Les références nationales sont récurrentes dans les sites étudiés. Ainsi, il est habituel de voir figurer un emblème reprenant les symboles du pays dont est issu le service de renseignement, des monuments facilement identifiables par le destinataire ou encore le siège officiel de l'organisme. Dans le cas du Mossad, étant donné que l'État hébreu trouve une part de sa légitimité dans la tradition biblique, et donc, dans le caractère religieux et spirituel de la nation israélienne[582], la référence au Livre des Proverbes donne à l'« Institut » le rôle de conseiller de l'État qui assure la sécurité du peuple. Ce procédé est encore renforcé par la présence de la colombe, traditionnellement associée à Noé dans la religion juive. En effet, comme la Genèse nous l'apprend, Noé, l'un des personnages les plus importants de la Bible hébraïque, envoie une colombe après le déluge[583] pour voir si le niveau des eaux a baissé. Il est possible de voir dans ce symbolisme la volonté de présenter le Mossad comme un éclaireur.

Le Monde de l'opinion est, de façon assez attendue, peu exploité. Les références explicites à l'image du service se concentrent dans la communication du BIS et les mots de son directeur qui dit être « well aware of the highly contradictory image which BIS has among the public. Therefore I wish to start with assuring you that the Security Information Service is not your enemy ». L'opinion trouve en réalité une résonance dans le simple fait d'avoir un site internet présentant l'organisme et dans les nombreuses mentions à la nécessité de faire comprendre au public leurs activités, comme la NSA qui assure : « it's important that Americans understand what NSA does for the nation ».

Les traditions et les marques hiérarchiques ou d'appartenance à une véritable communauté apparaissent de façon sporadique. Le plus souvent, ces références au Monde domestique complètent le mode d'argumentation principal et renforcent la justification sur base du Monde

[582] Comme il est aisé de s'en rendre compte en parcourant les premières lignes de la Déclaration d'indépendance de l'État d'Israël.
[583] Genèse 8.8-13.

industriel. D'autre part, les mentions des activités menées en coopération avec d'autres organes de renseignement, attestant le dynamisme et l'implication autonome des organes de renseignement dans les questions globales de sécurité, constituent un mode argumentatif qui trait à la Cité par projets. Les références au management moderne et dynamique sont certes très largement minoritaires, mais traversent en filigrane certaines activités évoquées dans la communication des organismes de renseignement.

Il est aussi intéressant de noter que, d'un point de vue narratif, les services se présentent comme « adjuvant universel », attestant de leur efficacité à lutter contre les risques sécuritaires et protégeant les intérêts de la nation ainsi que l'intégrité physique des citoyens par leurs activités.[584] Le service de renseignement se présente donc « comme sujet efficace : le niveau discursif reste celui du pratique, de l'efficacité et du savoir-faire »[585]. Les références à l'histoire du service et ses représentations dans les pages du site donnent une image cohérente d'un organisme attestant de sa capacité à faire face aux missions qui lui sont confiées. L'histoire intervient donc comme renforcement du discours d'efficacité utilisé par l'énonciateur dans ses propos à travers son site web. L'avenir s'inscrit en filigrane de la communication et se résume en une poursuite des activités de renseignement sans aucun autre engagement que celui d'atteindre le résultat que « rien de notable ne puisse se produire ».

Suite à l'analyse menée, il est possible d'identifier une éthique qui recouvre l'ensemble des activités des services. Celle-ci érige en principes fondateurs l'efficacité et la performance du service dans l'accomplissement de ses missions. Les valeurs le plus souvent partagées par les services sont le respect de la loi de l'État auquel l'organe de renseignement se rattache, le sens du devoir, la fierté quant à l'héritage historique et la nécessité d'œuvrer pour la sauvegarde des intérêts de la Nation. Si le discours éthique est parfois clairement identifié, par une identification explicite de la section du site, la justification éthique est présente dans l'ensemble des pages étudiées. Il en ressort que les rapports entre les impératifs d'efficacité du service et la loi sont organisés. C'est du moins ce que la communication tend à énoncer. Cependant, certains aspects argumentatifs sont

[584] CATELLANI (A.), *La justification et la présentation des démarches de responsabilité sociétale dans la communication corporate : notes d'analyse textuelle d'une nouvelle rhétorique épidictique*, dans *Études de communication*, n°37, [En ligne], 2011, p.5.
[585] *Ibid.*, p.4.

assez ambivalents comme : « The Bundesnachrichtendienst uses intelligence resources of its disposal to collect information unobtainable by any other means ». Si les principes généraux semblent établis, la mise en pratique apparaît d'emblée comme peu explicite.

Ainsi que l'analyse le démontre, la préoccupation éthique existe dans ce secteur. Cette introspection[586] apparaît comme une justification adaptée, en termes de communication, aux rôles des services de renseignement. Le discours construit par les différentes instances énonciatrices concerne, dans la majorité des cas étudiés, l'impératif d'efficacité, le respect de la procédure, le cadre législatif (lorsque celui-ci est fixé) et la volonté de s'inscrire dans la société démocratique. Il en ressort un sentiment de professionnalisme, de sérieux, tandis que les valeurs de chacun des organismes semblent rigoureusement similaires, à quelques exceptions près. Du point de vue de l'éthique, la communication reste dans le domaine du général, puisque les propos ne sont jamais illustrés de manière factuelle, secret d'État oblige.

Comme en atteste la multiplication de sites internet de services de renseignement, les organismes étatiques chargés de la sécurité des États se tournent davantage vers les citoyens. La mise en place de comités de surveillance des activités du renseignement apparait comme une étape vers cet objectif et garantit un comportement légal et éthique quant aux moyens mis en œuvre dans ce domaine d'activité. Face à des questionnements relatifs tant à des conflits de valeurs qu'à des conflits normatifs auxquels les hommes et les femmes des services de renseignement sont confrontés sur le terrain pour lesquels les réponses ne sont pas tout à fait élaborées, l'éthique du renseignement est une nécessité permettant d'assurer la cohabitation entre l'impératif de résultats demandé aux services et le respect des lois. Cette éthique contribue aussi à fonder l'identité du service et participe à sa définition car « toute institution a besoin d'une définition qui fonde sa vérité en raison et en nature »[587].

[586] Ce mécanisme donne à voir la perception que les organismes étudiés posent sur leurs activités et leur existence.
[587] DOUGLAS (M.), *Comment pensent les institutions*, Paris, Éditions La Découverte et Syros, 1999, p. 65.

3.3.3.1. Mondes possibles

Si une lecture des valeurs transmises par les sites internet des services de renseignement à travers le paradigme des « Cités et des Mondes » de BOLTANSKI et THÉVENOT permet de se faire une idée assez précise de ce qui mobilise les institutions et leur logique de justification, cela permet aussi de dégager des pistes pour envisager les visions du monde rencontrées, les « **mondes possibles** ». En articulant le monde réel au monde discursif, cette théorie permet de comprendre comment un ensemble de représentations sont agencées et relayées afin de produire des représentations du monde. À défaut de pouvoir répertorier l'ensemble de ces représentations et de pouvoir caractériser de manière détaillée ces mondes, le présent travail de recherche s'est attaché à en lister les caractéristiques principales et à dégager les récurrences.

Comme cela a été dit antérieurement, la majorité des énonciateurs appréhendent le renseignement à travers leur rôle et les missions qui leur sont confiées. Ces missions sont parfois désignées par la terminologie de « devoirs », parfois de « pouvoirs ». En lien avec ces missions, le destinateur mentionne bien souvent une liste de menaces auxquelles le service doit faire face pour assurer la stabilité politique, l'intégrité des institutions étatiques et la protection des citoyens. Ces derniers sont considérés comme étant des partenaires privilégiés des services de renseignement, à qui ils peuvent soit fournir des informations, soit fournir des candidats potentiels, et dans tous les cas, assurer un soutien collectif à l'action des services. De manière générale, ce sont les aspects les plus récurrents des discours des institutions étudiées.

Le schéma actanciel permet une lecture des enjeux développés dans le discours et de fournir des clés de compréhension supplémentaires, en vue d'appréhender les mondes possibles qui émergent des constructions discursives des instances énonciatrices étudiées. Le couple sujet – objet est constitué de façon évidente par, d'une part, le service de renseignement (sujet) et, d'autre part, par la protection de l'État et de ses intérêts (objet). Cet aspect illustre une forme de « panvalorisation » du service qui « combine souvent l'intérêt de l'[organisation] et un intérêt sociétal plus large et inclusif »[588]. Cette quête est commanditée par l'État et par la loi, le plus

[588] CATELLANI (A.), *La justification et la présentation des démarches de responsabilité sociétale dans la communication corporate : notes d'analyse textuelle d'une nouvelle rhétorique épidictique*, art. cit., p. 3.

souvent, au bénéfice de l'État lui-même et de ses intérêts, ainsi que de ses citoyens. Les adjuvants sont présentés comme étant les citoyens (aussi en tant que recrues potentielles), les sources, les services partenaires, la Loi, le secret, le patriotisme, l'excellence des membres du service et les méthodes. Enfin, les opposants sont souvent présentés comme étant les menaces. Des menaces qui emportent l'adhésion du destinataire par une question réthorique sousentendue : qui ne voudrait pas les contrer ? Le discours présente aussi ces menaces comme autant d'épreuves pour le sujet. Et, à nouveau, le discours sous-entend que tant qu'il ne se passe rien, le service est efficace. Le discours tend donc à présenter le sujet comme « sujet efficace » et d'insister sur son excellence afin d'influencer le destinataire de manière positive.[589]

L'éthique première sur laquelle se fonde la légitimité de la majorité des services est la contribution à une stabilité politique et à la protection de la nation : « The men and women of the Intelligence Community (IC) are the frontline of defense against hostile actions aimed at the United States » (USIC). Nombre de sites affirment, avec conviction, que le renseignement permet d'assurer l'équilibre politique de leur pays, à l'instar du SSA qui déclare : « The mandate of the SSA is to provide the government with intelligence on domestic and foreign threats or potential threats to national stability, the constitutional order, and the safety and wellbeing of our people ». Cet exemple est particulièrement intéressant puisqu'il reprend plusieurs éléments clés de la vision du monde des services : le mandat, le rôle de fournisseur de service, les menaces, l'importance de la loi, et la protection des citoyens. Le discours, par son éthique, donne du service une image résolument allocentrique. Cette appréciation dénote de l'impression première qui prête à penser que le contenu présente une dimension égotique, le service ne parlant que de lui-même.

Lorsque les organisations de renseignement traitent de leur rôle, le plus souvent en illustrant leur propos à l'aide d'un schéma du cycle du renseignement (voir Figure 18), il apparaît qu'il existe une unanimité sur ce processus : orientation, collecte, analyse et diffusion. Parfois, le cycle comporte des variantes, tel qu'une étape supplémentaire, mais l'idée générale reste toujours semblable. Dans l'explication de la fonction de renseignement, les services annoncent systématiquement être au service d'un acteur politique et exercer un mandat conféré par la loi.

[589] CATELLANI (A.), *La justification et la présentation des démarches de responsabilité sociétale dans la communication corporate : notes d'analyse textuelle d'une nouvelle rhétorique épidictique*, art. cit., p. 3.

L'importance que revêt le cadre légal dans le discours fonde en partie la légitimité du service en tant qu'administration publique remplissant un rôle d'intérêt général. Par exemple, le GID assure être une institution nationale « based on values of righteousness, justice, integrity, transparency and commitment to the soul of the constitution and laws to help it achieve it's noble objectives of protecting national security, stability and achievement ». Une grande majorité des services présente l'acte fondateur sur lequel se base leur légitimité légale : « The Foreign Branch (former South African Secret Service - SASS) is a national intelligence structure established by the Intelligence Service Act 38 of 1994 and whose continued existence is provided for in the Intelligence Services Act 65 of 2005 ».

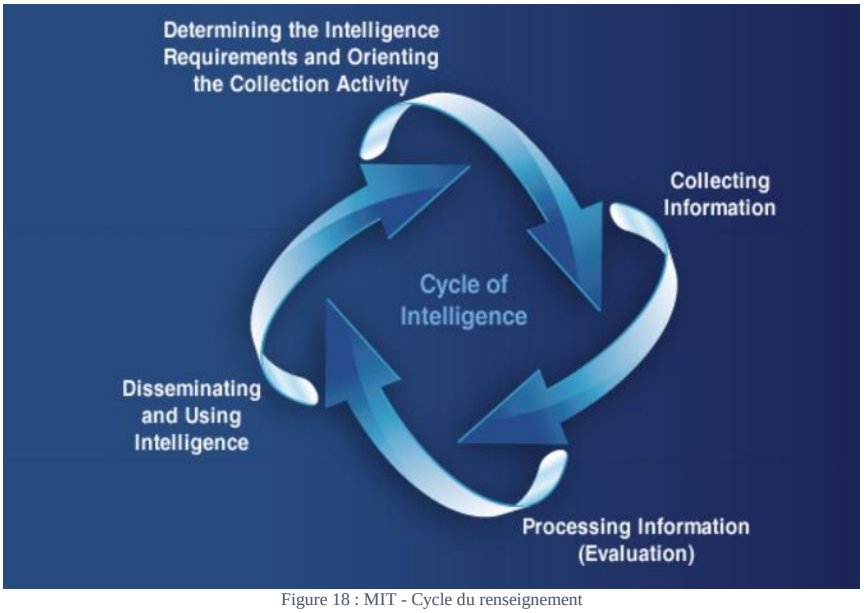

Figure 18 : MIT - Cycle du renseignement

Si le rôle premier des services est la protection de la nation, la protection des citoyens en est un des corollaires. Il a été dit précédemment, à plusieurs reprises, que l'utilisateur / citoyen est vu par les institutions de renseignement comme un partenaire dans le cadre de la défense de l'État, comme l'illustre cette phrase issue du site de la NSA : « We act for the good of the nation. And we need your support ». La sécurité des citoyens est également vue comme un élément constitutif des

intérêts de l'État : « La DGSE est un service de l'État, placé sous l'autorité du pouvoir exécutif, qui opère dans un cadre juridique et déontologique très strict. Ses activités, définies par l'autorité politique, ont pour objectif exclusif la protection des intérêts français. Leur réalisation concourt, notamment, à la protection des citoyens français partout dans le monde. Pour cette mission spécifique, elle œuvre en partenariat étroit avec l'ensemble des services de sécurité nationaux » (DGSE – voir Figure 46). Dans son argumentation, le destinateur tend à créer une évaluation positive du service en faisant naître une opinion. « L'opinion est une association entre un objet et un attribut. Il semble que la réaction émotionnelle attachée à l'attribut déteigne aussi sur l'objet, comme par contagion »[590]. Ainsi, lorsqu'il est dit que les services de renseignement protègent les citoyens, l'évaluation positive qui concerne la protection des citoyens est attribuée au service de renseignement.

La réalisation de cette mission de protection de l'État confine, dans certains cas, à un amour passionné de la nation qui relève d'un patriotisme exacerbé, tel que sur le site du SVR où les qualités du candidat idéal sont résumées comme étant le patriotisme et la volonté de servir la patrie. Sur l'autre site russe, celui du FSB, une partie est dédiée aux agences de sécurité dans la « Grande guerre patriotique »[591], la guerre qui opposa l'Allemagne nazie aux Soviétiques entre juin 1941 et mai 1945, est surmontée d'un badge du NKVD et d'une photo d'un soldat haranguant ses camarades, pistolet au poing. Cette section présente, par ailleurs, une volumineuse collection de documents d'archive téléchargeable gratuitement. Dans le message explicatif, le destinateur rappelle la contribution du renseignement soviétique à la Grande Victoire et célèbre les combats difficiles menés par les services de sécurité durant cette période. Les références patriotiques sont cependant dévolues à certaines sous-sections particulières telles que l'historique et la section recrutement. C'est dans une de ces sections qu'il est possible de lire : « Nous sommes fiers des brillantes pages de l'histoire écrites par les agences de sécurité nationales »[592]. Les sites russes ne sont pas les seuls à avoir recours à de telles formules. Le Mossad est pratiquement identifié à la Nation d'Israël et son service s'apparente à un sacerdoce, impression renforcée par les quelques

[590] KAPFERER (J.-N.), *op. cit.*, p. 223.
[591] Du russe : « Великой Отечественной войны ».
[592] Extrait du discours de Vladimir POUTINE, le 20 décembre 2012, à l'adresse du personnel et des anciens combattants du service. Traduit du russe : « Мы по праву гордимся яркими страницами истории отечественных органов безопасности ».

références bibliques qui se nichent dans certaines sections du site. L'instance énonciatrice déclare : « We who serve in the Mossad share the belief that service in the organization is a national mission. We perform this mission identifying with the values of the nation and statehood and with the goals of the Mossad ». Une liste de principes sont mentionnés par le site et il est encouragé de « prêcher par l'exemple et de servir de source d'inspiration ». Ce dernier point attribue aux membres du service un caractère de personnel d'élite au service de la Nation. Cet élitisme transparaît dans un nombre important de sites analysés. L'ABW affirme, dans sa section dédiée au recrutement : « Tu dois briller par ton exemple de courage, d'honneur et de service ardent pour la Nation »[593]. L'USIC déclare : « A career in the Intelligence Community is both challenging and rewarding. You'll be a member of an elite group united under a commitment to keep our nation's leaders informed, protect our country from outside threats, and develop the cutting-edge technology necessary to solve the complex national security issues of tomorrow ». L'énonciateur se présente, en paraphrasant le discours du service coréen NIS, comme un organisme qui veut garantir la survie et la prospérité de l'État en prévenant les menaces à la sécurité nationale, en recourant à du personnel hautement qualifié et en menant des activités de renseignement de haut niveau. Sur le site du SVR, les valeurs du service s'articulent autour du sens du devoir, d'un amour de la Patrie et d'une affirmation d'organisation respectable, désidéologisée, qui lutte pour la sécurité nationale et la protection des intérêts de la Russie, menant des activités de renseignement de façon efficace, comme en atteste son histoire. Le Mossad met son histoire en parallèle aux événements qui ont présidé à la création de l'État d'Israël. Le texte de la lettre à l'origine de la création du Mossad, déclassifiée, rédigée par David BEN GURION, est produit à la fin de cette section. Les activités mentionnées par l'énonciateur recouvrent les relations avec les services de renseignement d'autres pays, l'établissement de relations secrètes avec les pays qui évitent le contact avec Israël, les opérations et les activités spéciales (comme la poursuite de criminels nazis), sauver les Juifs de pays en difficulté et de les amener à Israël (comme l'opération Moïse), ou encore la guerre contre la terreur dirigée contre des cibles juives et israéliennes à l'étranger. La vision du monde perceptible sur la base de la construction discursive de l'énonciateur est donc bien souvent profondément liée à l'héritage historique du service.

[593] Traduit du polonais : « Musisz świecić przykładem odwagi, honoru, żarliwej dla Narodu służby ».

3.3.3.2. Représentation du conflit dans le discours

Une autre caractéristique du discours est l'amoindrissement de l'aspect conflictuel des relations associée à une utilisation d'un lexique consensuel. Si les services n'hésitent pas à parler de menaces, de « War on terrorism » ou de lutte contre la corruption, ces différents aspects sont surtout présentés comme autant d'entraves possibles à une relation harmonieuse entre la société civile, les institutions publiques et privées et les États. Il se dégage, à travers des mots tels que « transparence », « contrôle démocratique », « partenariat », une image de coordination pacifique des acteurs. Celle-ci se développe tant vis-à-vis des acteurs extérieurs au service de renseignement que vis-à-vis de l'institution elle-même. Le destinateur n'hésite pas à affirmer l'existence d'une cohésion entre le service et ses parties prenantes : « The authority does not always mean to the image of awesomeness, or even violence. It also contains the value of harmony between the institution and stakeholders, including public. The nice and comfort environment should be promoted to change "the image of intelligence" over the years » (BIN). Cela s'explique par le fait que les « textes officiels ne font qu'exceptionnellement place à l'évocation de désaccords ou de contradictions, lesquelles renvoient à une multiplicité d'énonciateurs. En ce sens, ils sont caractérisés par une énonciation homogène et ils offrent une surface apparemment monologique »[594]. Le SVR, par exemple, affirme dans sa section consacrée à sa structure, que la confrontation entre l'Occident et la Russie est bien révolue et que le service n'est désormais actif que dans les régions présentant un réel intérêt pour la Fédération russe. L'énonciateur exprime par ailleurs qu'il n'existe plus d'adversaire majeur ou mineur, mais des risques liés aux trafics, au terrorisme et à la prolifération d'armes, et ajoute que la coopération avec des services étrangers et russes dans ces domaines est une réalité lorsque les intérêts coïncident. Cette vision homogène de la société se développe à travers la volonté affichée de changer la vision du renseignement auprès du public qui est vu comme un partenaire, les valeurs démocratiques, l'ouverture et les relations avec le public ou d'autres institutions, la coopération internationale (le GID évoque la paix avec Israël), ou l'esprit de corps. L'USIC, notamment, parle du personnel des agences américaines en ces termes : « A global network of thousands of people working together ». Il est toutefois possible

[594] OGER (Cl.) et OLLIVIER-YANIV (C.), *Du discours de l'institution aux discours institutionnels : vers la constitution de corpus hétérogènes*, Dixième Colloque bilatéral franco-roumain (28 juin-3 juillet 2003), Bucarest, Université de Bucarest, [En ligne], 2003.

de déceler dans le discours quelques rares évocations de l'aspect conflictuel du métier de renseignement tel que le SZRU ukrainien qui avoue « se trouver dans une situation de véritable menace pour la souveraineté nationale et l'intégrité territoriale en raison des actions d'un pays étranger visant à soutenir les réunions séparatistes en Crimée »[595]. La NSA n'hésite pas à affirmer sans détours « Information is power » ou encore « When we know our adversaries' information and they don't know ours, we have the information advantage »… Mais de tels exemples sont rares.

La transparence prétendue de la communication web des services est une autre valeur abordée par nombre des sites internet étudiés. Le Directeur du service jordanien GID annonce : « Welcome to GID's website which we hope will serve as a portal for fruitful communication and foster transparency, openness and mutual trust in the service of our country's strength, pride and stability ». Les services sont nombreux à affirmer vouloir favoriser la transparence, l'ouverture et la confiance avec le public : « There are many misconceptions about working at GCHQ. People assume that we are an organisation of ultra-secretive technical specialists. In fact our organisation depends as much on good communication as on secrecy ». Cet aspect de la communication rend compte de la volonté de démystifier le métier pour renforcer leur crédibilité vis-à-vis des parties prenantes. Ceci étant donné que de nombreux pays ont, ces dernières années, renforcé les mécanismes qui confèrent aux citoyens le droit d'être informé de la manière dont les institutions publiques fonctionnent (obligation de publicité des administrations) et qui protègent le citoyen contre toute utilisation abusive des données à caractère personnel (protection de la vie privée). En réalité, cet intérêt pour faciliter l'accès aux informations administratives ne date pas d'hier puisque l'article 15 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789 consacre le fait que « la société a le droit de demander compte à tout agent public de son administration ». Différents textes de loi sont venus compléter l'appareil législatif existant dans les pays qui tendent à améliorer la « transparence publique », avec tout ce que cela peut comporter comme dérives idéologiques et moralisantes. Cependant, puisque les informations classifiées des services de renseignement le sont en vertu de la loi, il est compréhensible que cela puisse conduire à des exceptions difficiles à

[595] En référence à la crise de Crimée (février 2014 - mars 2014) qui a abouti au rattachement de la Crimée à la Russie suite à un référendum controversé (16 mars 2014). Ces événements ont suivi la manifestation pro-européenne Euromaïdan (21 novembre 2013 au 22 février 2014) et ont précédé la guerre du Donbass (sud-est de l'Ukraine) durant laquelle des séparatistes pro-russes sont entrés en conflit armé avec les forces loyalistes ukrainiennes. Cette guerre a débuté en avril 2014 et est toujours en cours en 2016.

résoudre concernant les délais de déclassification des documents. Sur les sites internet des services, si la publication de documents déclassifiés est rare, force est de constater que nombre de services présentent leur service d'archive (tel que le BND, le KGB) ou la législation et réglementation qui s'y rapportent, ainsi que la manière de le contacter : « Où et comment vous pouvez voir les documents [...] Dans les prochains mois, il sera possible de consulter les documents sur le site web en vous connectant sur le site des Archives centrales de l'État »[596] (Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica).

La transparence affirmée par les organisations va bien souvent de pair avec l'existence d'un contrôle démocratique. Celui-ci fait parfois l'objet d'une section particulière dans le site, telle que sur le site de la DGSE qui mentionne que « la DGSE est soumise au contrôle gouvernemental et à des contrôles complémentaires spécifiques, internes et externes », avant de lister les différentes institutions de contrôle et les lois qui s'y réfèrent. Dans d'autres cas, le contrôle est abordé dans une autre section, tel que l'ASIS qui en parle dans les FAQ : « ASIS is subject to Parliamentary oversight through the Minister for Foreign Affairs and the Parliamentary Joint Committee on Intelligence and Security (PJCIS) which reviews our expenditure and administration […], and other matters referred to it by the Minister or either House of Parliament » (ASIS). De manière générale, le contrôle du service est abordé de manière laconique, en citant les instances et les lois concernées. Sur le site du BIS, cet aspect permet de mettre en évidence que les valeurs ont changé depuis l'époque communiste et d'insister sur les valeurs démocratiques et le fait que l'organisation soit contrôlée.

Un autre exemple intéressant concerne le site web du FSB qui, dans la continuité de ce qui se faisait entre 1978 et 1989 par le KGB, décerne un prix artistique récompensant diverses œuvres considérées comme étant les meilleures, celles qui traduisent de la façon la plus objective les activités du Service fédéral de sécurité. Le but avoué est de montrer une ouverture raisonnable du service et un renforcement des relations avec la société civile. La section qui y est consacrée détaille depuis 2006 les noms des artistes sélectionnés, et est accompagnée des photos de différents nominés et des remises de prix. Par ailleurs, la page d'accueil du site du FSB propose à l'utilisateur

[596] Traduit de l'italien : « Dove e come si possono consultare i documenti […] Nei prossimi mesi sarà possibile consultare i documenti anche sul Web collegandosi al sito dell'Archivio centrale dello Stato.

de consulter des communiqués mis à jour de façon régulière, dont le plus ancien, archivé, date du 25 janvier 1999. La particularité de ces communiqués est le fait que le FSB donne, par ce biais, des informations sur ses activités récentes, des démentis ou encore des précisions quant à des événements liés à ses activités, telles que des réunions de responsables du service ou des commémorations, par exemple. Il est également possible de prendre connaissance d'arrestations ou de saisies menées par le FSB récemment.

3.3.3.3. Limites de la communication

Les services rappellent les limites de la communication comme étant définies par le cadre législatif en vigueur qui empêche la divulgation d'informations quant aux détails de l'organisation et aux chefs d'unités (SVR). Le Mossad, dans le même ordre d'idée, précise : « The routine activity is not exposed publicly, for understandable reasons ». La loi est une première justification du secret. La deuxième est la nature des activités du service. Ce qui n'apparaît pas sur les sites sont les budgets, les noms, la structure détaillée et les moyens techniques. Le site se veut donc être un point de contact fonctionnel, attestant de la capacité des services à porter un regard sur les demandes de la société civile et jouant la carte du service rendu aux citoyens dans le cadre de missions consacrées à la protection des intérêts de l'État. Cependant, la limite est fixée : « Conformément à la loi de la Fédération de Russie sur le secret d'État en vigueur, la divulgation d'informations constituant un secret d'État est interdite, ainsi que toute autre information confidentielle, y compris les données ayant trait aux activités opérationnelles du service, en ce compris les affiliations départementales et le statut officiel de ses employés »[597] (FSB). À l'annonce administrative qui égrène les prescrits légaux en la matière, d'autres sites préfèrent une explication plus personnalisée. Le BfV fait dire à son Directeur : « Étant donné que le BfV est un service de renseignement, il doit maintenir la confidentialité de certaines informations sensibles pour ne pas menacer son travail futur. Cependant, nous tenons à offrir autant de transparence que possible avec ce site, pour vous

[597] Traduit du russe : « В соответствии с Законом Российской Федерации «О государственной тайне» в обращении запрещается указывать сведения, составляющие государственную тайну, а также другие сведения ограниченного распространения, включая данные об оперативно-служебной деятельности органов федеральной службы безопасности, ведомственной принадлежности и служебном положении их сотрудников ».

permettre d'avoir une idée de l'éventail des tâches du BfV et des menaces pour la sécurité intérieure. J'espère que cette transparence permettra d'augmenter votre confiance en nous et je vous souhaite une visite informative sur notre site »[598]. Ces trois phrases résument la volonté générale affichée de la majorité des sites analysés. Ce point de vue est conforme à celui de Nicolas WUEST-FAMOSE de la DGSE qui rappelle : « c'est vrai également qu'il y a des limites. Nous avons quatre limites, quatre sujets sur lesquels nous ne communiquons pas : les opérations, nos capacités, nos personnels et nos partenaires. C'est un dénominateur commun pour l'ensemble des services. Communiquer sur le budget ne pose pas de problème, mais il est exclu de détailler sa ventilation, par exemple »[599].

Points clés

- Monde industriel : efficacité et performance
- Monde civique : légalité, démocratie, devoir, importance de l'État
- Monde domestique : traditions et histoire
- Protection de l'État et des citoyens
- Des limites à la communication
- Patriotisme et élitisme : de l'histoire et de l'affirmation du professionnalisme
- Une atténuation de l'aspect conflictuel
- Service comme « adjuvant universel »
- Une justification de la nécessité du secret
- Respect de la loi et de valeurs sociales partagées
- Transparence ? Des organisations qui affirment « dépendre autant du secret que d'une bonne communication »
- Une vision du monde partagée
- Un lexique consensuel

[598] Traduit de l'allemand : « «Weil der Verfassungsschutz ein Nachrichtendienst ist, muss er sensible Informationen zwar geheim halten, um seine künftige Arbeit nicht zu gefährden. Soweit es möglich ist, möchten wir mit den Inhalten dieser Website aber Transparenz herstellen, um Ihnen zu ermöglichen, sich ein Bild vom Aufgabenspektrum des BfV und Gefährdungen der inneren Sicherheit zu machen. Ich hoffe, dass durch diese Offenheit Ihr Vertrauen in uns gestärkt wird und wünsche Ihnen einen informativen Besuch auf unserer Homepage ».
[599] Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la DGSE, 19 février 2014.

3.3.4. Aspects iconiques et identité visuelle

L'analyse s'est attachée à prendre en compte les logos, les signatures institutionnelles, les couleurs utilisées, les images et leurs articulations avec le texte. Comme cela a été mentionné dans la partie consacrée à l'ergonomie et à l'écriture web, l'identité visuelle d'un site internet répond à un certain nombre de conventions. L'une d'entre elles est l'identification de l'institution à laquelle appartient le site internet. Cette identification passe notamment par la présence d'un **logo** facilement reconnaissable par l'utilisateur. Ce logo est présent, en général, dans le coin supérieur gauche de l'écran ou en son centre supérieur. Mais, il est nécessaire de préciser que la disposition du logo dépend également du sens de lecture. Ainsi, lorsque le sens de lecture sera de gauche à droite, la disposition du logotype répondra à ces conventions. Cependant, lorsque le sens de lecture sera de droite à gauche, comme en arabe ou en hébreu, le logo sera disposé le plus souvent dans le coin supérieur droit.

3.3.4.1. Logotypes

Le graphisme représentatif de l'institution est un élément-clé permettant de fixer l'attention de l'utilisateur et l'identification de l'institution en un simple coup d'œil. Puisque les logotypes des institutions constituent des *signes*, la méthode sémio-pragmatique permet de les analyser de manière à envisager la manière dont ils produisent une signification. Certains services de renseignement étudiés proposent une section explicative de la composante du logotype (BIS, GID, MIT) ou communiquent sur sa signification via les médias sociaux (voir Figure 19).

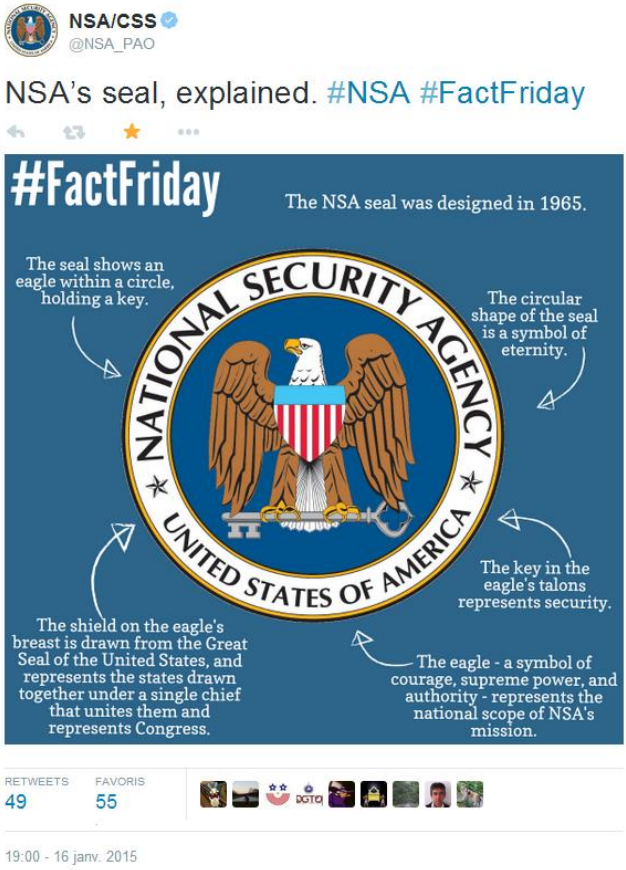

Figure 19 : Tweet de la NSA à propos de l'emblème du service

Les logos des trente-et-un sites présentent des récurrences notables dans les symboles utilisés. La plupart des logos s'inscrivent dans un cercle (MIT, SZRU, BND, Mossad, NSA, CIA, UZSI) ou dans une forme arrondie qui peut prendre l'aspect d'un disque bleu (ABIN, BIN, Shabak) ou doré (USIC), d'un ovale (ABW, CISEN), de cercles concentriques (DINI), etc. Dans le cas du GCHQ, le logo est constitué d'une forme elliptique stylisée qui rappelle aussi une vue en perspective de la forme du QG du service, le « Doughnut ». Différentes explications sont données à propos de la signification symbolique du cercle. Celui-ci évoque tantôt la protection et la sécurité (ABIN), tantôt l'éternité (NSA).

Une autre figure employée couramment est le bouclier. Celui-ci apparait sur nombre d'emblèmes (SSA, GID, FSB, SVR, NSA, SSA). Il est parfois identifiable avec précision et peut comporter des détails, tel que le bouclier arabo-islamique sculpté des vingt-cinq portes arabes marquant le Jour de l'Indépendance jordanienne du 25 mai (GID). Le bouclier est, à l'évidence, un symbole allégorique de la protection et de la défense, de la sécurité en général.

Le globe terrestre est également représenté à de multiples reprises. Bien souvent, il s'agit d'une sphère bleue dont les méridiens et les parallèles sont visibles (NIA, CNI, DGSE, KGB, MIT). Le globe de l'ABIN présente la particularité d'être doté d'anneaux qui convergent à l'emplacement géographique du Brésil. Le globe est un symbole traditionnel de pouvoir, de connaissance géographique et d'aspiration à l'unité[600]. Il semble faire référence dans le cas présent à la portée mondiale des services qui l'arborent.

Oiseaux et aigles sont également un autre signe figuratif abondamment présent dans les logos des institutions : « les « aigles » incarnent en effet des champions antiques qui s'affrontent dans les airs, fondant sur leurs proies, dans une atmosphère chevaleresque propice à l'exaltation héroïque ». [601] Le pygargue à tête blanche, parfois improprement désigné « aigle à tête blanche », est bien entendu présent sur les emblèmes des différents services des États-Unis, tel celui de la NSA tenant dans ses serres une clef dorée qui représente le pouvoir, le courage et l'autorité. Il figure également sur le logo de la CIA et de l'USIC. Un aigle est également choisi comme symbole du BIN, du BIS, du GID, de la NIA et de l'ABW. Les services allemands BfV et BND ont un emblème constitué du Bundesadler, l'aigle fédéral. Le GID explique ce choix car l'aigle est l'oiseau de la Jordanie qui symbolise la puissance, l'invulnérabilité et qui a autorité sur la cible. La cible est, sur le symbole du GID, un serpent pris dans les serres de l'aigle qui symbolise l'ennemi interne ou externe. Le SSA a également choisi un oiseau comme métaphore, un « messager sagittaire » (un rapace diurne de l'Afrique sub-saharienne) représenté les ailes déployées. Cet oiseau est un

[600] DE TERVARENT (G.), *Attributs et symboles dans l'art profane : Dictionnaire d'un langage perdu (1450-1600)*, Genève, Librairie Droz, 1997, p. 419.
[601] BULINGE (Fr.), *Logos et insignes dans le monde du renseignement entre nécessité de se taire et besoin de le dire*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 116-117.

prédateur de serpents et symbolise donc la protection de la nation contre les ennemis potentiels, également. Le *Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica* et la DGSE affichent un oiseau stylisé. La DGSE explique que ce choix traduit les « capacités d'action au travers de l'image d'un rapace stylisé aux serres développées », tandis que le BIS y voit la représentation de « l´esprit éveillé, la vigilance, la vitesse, l´assiduité et le respect ». Franck BULINGE distingue les logos des agences nationales françaises qui sont fortement stylisés, des insignes des unités de niveau opérationnel qui sont plus explicites. [602] Ces derniers comportent des éléments symboliques de puissance (animaux sauvages, éclairs, flèches, par exemple), comme cela a été dit précédemment. Le symbolisme des insignes renverrait à « une puissance fantasmée d'une toute-puissance que conférerait le pouvoir de pénétrer les secrets de l'adversaire […] Cette projection paraît d'autant plus fantasmée qu'elle ne traduit pas exactement la réalité essentielle du travail des services de renseignement »[603].

Enfin, de manière plus minoritaire, d'autres éléments présentent une redondance suffisante pour être soulignée. L'épée figure sur le logo du GID qui y voit le symbole de « l'utilisation du pouvoir contre le terrorisme, le mal et la corruption ». Ce même objet est présent sur les emblèmes du KGB, du FSB et du SVR. Il est possible d'y voir un symbolisme de force, de pouvoir, de vertus guerrières (arme des héros) ou encore de justice (lorsque c'est un glaive). La présence d'une couronne représentant le système politique est une autre redondance symbolique, tel que la couronne royale hachémite symbolisant le système politique d'une monarchie constitutionnelle (GID), la couronne britannique (SIS, SCRS), les couronnes qui surmontent l'aigle bicéphale russe (SVR, FSB), etc. C'est un symbole régalien qui fait aussi référence à l'histoire du service. Enfin, plusieurs services arborent une rose des vents à 8 directions qui symbolise l'assistance du renseignement pour la nation et son peuple, tel que le NIS et la CIA.

L'ultime élément qui ressort de l'analyse des logos est un fort symbolisme renvoyant aux États auxquels les services appartiennent. Plusieurs services utilisent les armoiries d'État comme logo, tel que l'AIVD, le BIS, l'UZSI, le CNI, le NIA, le DINI, le KGB ou le SIS. D'autres services

[602] BULINGE (Fr.), *Logos et insignes dans le monde du renseignement entre nécessité de se taire et besoin de le dire*, art. cit., p. 117-120.
[603] *Ibid.*, p. 119.

ont leur propre logo et présentent un autre emblème qui identifie le service au pays d'origine. L'ASIS montre son logo dans le coin supérieur gauche et les armoiries d'Australie (avec kangourou et émeu) dans le coin supérieur droit (voir Figure 74). Cette identification au pays se fait également avec la représentation des couleurs nationales (DGSE, CISEN, *Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica*), le drapeau (SCRS) ou une référence à la tradition héraldique (trident ukrainien pour le SZRU). Une autre manière de faire référence au pays d'origine est la représentation stylisée du territoire, tel que c'est le cas sur les logos de l'ABW, de la DGSE ou du MIT.

Il est à noter, par ailleurs, que nombre de services affiche également une devise sur leur emblème. Cette devise est différente de l'éventuelle signature institutionnelle que l'utilisateur peut trouver sur le site. À titre d'exemple, il est possible de citer le verset coranique du GID dont la traduction est « Dire la vérité prime », l'inscription en hébreu du Shabak qui signifie « Le Défenseur qui ne doit être vu » ou les diverses locutions telles que « Audi, vide, tace »[604] (BIS), « Sine ira et studio »[605] (UZSI) ou encore des devises nationales telle que « Dieu et mon Droit »[606] (SIS). L'autre mention qui se trouve sur le logo et le nom de l'Agence en toutes lettres (BfV, BND, CNI, DGSE, MIT, SZRU, SIS, ASIS) ou, au minimum, son acronyme.

[604] « Entends, vois et tais-toi »
[605] Référence à une locution de Tacite qui évoque la nécessité d'une attitude impartiale et objective. Littéralement « sans colère ni complaisance.».
[606] Devise de la monarchie britannique.

Figure 20 : Emblèmes du FSB (à gauche) et du KGB (à droite)

La symbolique des emblèmes des services est bien souvent un mélange entre tradition héraldique et recherche de représentation stylisée d'une vision de la fonction de renseignement. En guise d'exemple, les armoiries des services russes sont intéressantes. L'emblème du FSB est composé d'une épée posée verticalement sur sa pointe derrière un bouclier sur lequel un aigle bicéphale doré est représenté sur un fond rouge. Sur le bouclier figure aussi le nom du service, en russe, à l'intérieur d'une bannière. L'emblème renvoie directement à celui du KGB, et antérieurement à celui de la *Tchéka*, composé lui aussi d'une épée et d'un bouclier. L'accent est mis symboliquement, dans le cas du FSB, sur la défense : l'épée est passée derrière le bouclier. L'étoile soviétique rouge à cinq branches et le marteau et la faucille ont laissé place à l'aigle à deux têtes d'inspiration byzantine. L'écu représentant Saint-Georges terrassant le dragon est le blason de la ville de Moscou. Dans son histoire, le FSB place spirituellement la naissance du service à la date du 20 décembre 1917, date de création de la *Tchéka*. Il y a donc une affirmation symbolique de la filiation avec la *Tchéka* et le KGB par les emblèmes. Les références historiques du FSB sont posées.

Figure 21 : Emblème du SVR

Les armoiries du SVR sont constituées également d'un aigle bicéphale en or déployé, dont les deux têtes couronnées sont surmontées d'une couronne, plus grande, et toutes trois sont reliées entre elles par un ruban. L'aigle tient dans ses serres une épée d'argent et une torche enflammée croisées. Sur la poitrine figure un bouclier rond bleu sur lequel s'inscrit une étoile à cinq branches dont le centre est un globe avec les parallèles et les méridiens en or. L'aigle apparaît dans l'héraldique russe sous Ivan le Grand, au XVe siècle suite à son union avec la nièce du dernier empereur byzantin, mais son existence est attestée dans la symbolique des peuples d'Asie mineure depuis la haute Antiquité.[607] L'aigle est une référence directe à l'indépendance et à l'union de l'État russe. Le globe montre la portée mondiale[608] du service et le bouclier, symbole de protection, présente le SVR comme défenseur de l'État russe. Le blason est affiché, sur le site, sur la bannière tricolore de la Fédération de Russie, accentuant encore le caractère national du service et son appartenance à l'État russe. La description des armoiries et les références des décrets présidentiels de création sont consultables sur le site dans la section *symbolique* (Символика). L'épée et le

[607] Attesté notament sur un orthostate hittite (vers 2000 ACN, bronze ancien) provenant de Alacahöyük (actuelle Turquie). *Die Hethiter und ihr Reich das Volk der 1000 Gotter*, Bonn, Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, 2002.
[608] SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), *op. cit.*, p. 277.

bouclier sont, par ailleurs, des symboles présents sur les armoiries du FSB et du KGB sous d'autres formes, ce qui s'explique par la tradition héraldique.

Les logos reflètent donc de façon symbolique les valeurs des organisations et leur vision du monde, tout en permettant à l'utilisateur une identification rapide de l'institution lorsqu'il se trouve sur leur site web. Les symboles qui figurent sur les emblèmes des services de renseignement évoquent l'attachement à l'État, à ses traditions, à son histoire, et donc un patriotisme certain. Le destinataire entrevoit également à travers l'iconographie qui se développe dans ces blasons, les services qui placent parmi leurs valeurs fondamentales la protection (de l'État, des citoyens ou contre les ennemis), la sécurité, la capacité d'action, la vigilance, les vertus guerrières, le pouvoir, la justice, l'efficacité et la performance.

3.3.4.2. Signatures institutionnelles

Bien que les **signatures institutionnelles** ne fassent pas partie de la composante iconique du site web, leur association traditionnelle avec le nom de l'institution et son logo ont conduit à traiter cet aspect en parallèle aux autres éléments visuels constitutifs de l'identité graphique des services étudiés. La première chose qu'il convient de dire à ce sujet et que la majorité[609] des sites (vingt-deux sur trente-et-un) analysés ne comporte pas de telle signature. Les signatures institutionnelles figurant sur les sites internet du corpus sont les suivantes :

- CIA : « The work of a nation. The center of intelligence. »
- NSA : « Defending our nation. Securing the future. »
- USIC : « collaboration. comittment. courage. » qui est devenu dans la nouvelle version du site « The United States Intelligence Community »
- Mossad : « Where no counsel is, the people fall, but in the multitude of counselors there is safety ». Proverbs XI/14.
- NIS : « Power of intelligence, Power of Korea »

[609] NIA, SSA, CISEN, SCRS, ABIN, DINI, BIN, FSB, GID, SVR, ABW, Italie, AIVD, BIS, BfV, BND, CNI, DGSE, GCHQ, KGB, UZSI et SZRU.

- Shabak : « Le Défenseur qui ne doit être vu »[610]
- MIT : « We are in the service of the great Turkish Nation… »
- SIS : « We work overseas to help make the UK a safer and more prosperous place »
- ASIS : « Extraordinary work for extraordinary people »

À nouveau, la signature institutionnelle exploite les valeurs qui émaillent le discours et qui sont, pour certaines, rappelées dans la symbolique du logo : importance de l'État et de sa sécurité, qualité des employés, puissance, histoire et tradition. À nouveau, la tournure est fortement impersonnelle et le destinateur utilise souvent des phrases non verbales. Ce type de phrase est également présent dans les sites, tel que sur celui de l'ABIN : « Coordinate the action of the Brazilian Intelligence System » ou encore « Produce and safeguard sensitive knowledge ».

3.3.4.3. Photos et illustrations

Un autre point qui a fait l'objet d'une analyse détaillée est la présence de **photos ou d'illustrations** sur les sites et la manière dont elles produisent du sens. « L'interprétation consiste précisément à décrypter, au-delà de son aspect dénotatif, l'aspect connoté type du message visuel, son *discours secret* ».[611] Il est remarquable que certains sites sont peu dotés en images et ne comportent que majoritairement du texte, tels que les sites du FSB, du DINI, et du SSA. À nouveau, l'observation a mis en lumière des récurrences thématiques et des modalités d'utilisation similaires.

Le premier usage endémique de tels sites web, en matière d'images, est la présence d'une photo du Directeur du service (BIN, SZRU, KGB, GCHQ, MIT, BND, FSB, SVR, GID, CISEN, SSA). Il est bien souvent présenté de la même façon : en costume, le visage sérieux et le regard soutenant celui de l'utilisateur. Accompagné d'un discours, cela vient renforcer la personnification d'une entité discursive qui parle à l'internaute et qui est présente physiquement par le biais d'une photographie. Parfois, la mise en scène est encore plus détaillée comme sur le site du MIT turc où

[610] Traduit de l'hébreu.
[611] JOLY (M.), *L'image et les signes*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 158.

l'utilisateur trouve une photo du chef actuel du service : le sous-secrétaire Dr. Hakan FIDAN assis à son bureau impeccablement rangé, les mains croisées, en costume sombre, le regard fixé dans la direction de l'internaute. De part et d'autre du bureau, il est aisé de reconnaître le drapeau turc et un autre drapeau où est imprimé l'emblème du service. Derrière le sous-secrétaire, un tableau est accroché au mur : le portrait de Mustafa Kemal Atatürk. Dans cet exemple, un certain nombre d'éléments clés du discours institutionnel du service semblent coexister : l'État, l'histoire et la tradition, la confiance, la mission, le professionnalisme et la relation avec le public auquel s'adresse le directeur du service. Dans certains cas, une telle photo ne fait qu'accompagner la notice biographique du personnage (KGB).

Les sites internet montrent également des photos d'officiels ou d'événements, comme c'est le cas sur le site du SSA, où se trouvent néanmoins très peu de photos. Ce service montre sur sa page d'accueil les photos de Ministres : David MAHLOBO (Minister of State Security), Ellen NN MOLEKANE (Deputy Minister State Security) et Sonto KUDJOE (Director-General of the SSA). Leurs caractéristiques sont les mêmes que celles citées précédemment pour les photos des directeurs. Le site du GID présente une photo du Roi de Jordanie, dans une section dédiée à ses citations, en costume, qui fixe l'utilisateur dans les yeux. Les photos de directeurs et d'officiels montrent donc, en général, les mêmes caractéristiques et contribuent à insister sur le sérieux, le professionnalisme, ainsi que sur les liens existants entre l'institution de renseignement et le pouvoir politique. Ces photos renvoient à *l'ethos* au sens d'ARISTOTE et mettent en scène la qualité et la valeur du personnage, de manière à assurer sa crédibilité et son autorité.

Les photos de bâtiments (CIA, CISEN, BIS, BfV, SIS, GCHQ, KGB, MIT, BIN) sont une autre ritournelle iconique et une part importante des sites présentent monuments nationaux ou bâtiments officiels du service. Comme cela a été dit dans l'analyse détaillée du site de la CIA, la représentation de certains bâtiments officiels présente un caractère métonymique, tel que la Maison Blanche, ou le Pentagone peuvent représenter les États-Unis et sa défense. Le BND allemand joue sur le même registre en figurant le Palais du Bundestag ou le SIS en montrant le 10 Downing Street. Le GID place l'histoire du pays au centre de ses représentations iconiques en plaçant dans le bandeau deux vues du site archéologique de Pétra, dont une vue de la Khazneh (ce site jordanien est inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1985). Les autres bâtiments qui jouent un

rôle d'importance dans l'aspect visuel des sites sont les quartiers généraux des services qui, popularisés pour certains par le cinéma, sont un symbole de l'institution : le Doughnut (GCHQ - Figure 34), Langley (CIA – dans la section consacrée au tour virtuel du quartier général), Legoland ou Babylon-on-Thames (SIS voir Figure 38 et Figure 39), Fort Meade (NSA – voir Figure 22), quartier général du KGB biélorusse (voir Figure 49), etc.

Figure 22 : Fort Meade, quartier général de la NSA

Les destinateurs entendent également mettre en évidence la composante humaine de leur organisation. Comment montrer les hommes et les femmes qui travaillent pour les services s'il est d'usage de conserver le secret de leur identité pour éviter de les mettre en danger ? Plusieurs sites ont recours à des illustrations génériques, probablement issues de banques d'images, d'hommes et de femmes, dans des tenues ou des situations qui laissent imaginer un cadre professionnel (NSA, USIC, ABIN, Shabak). C'est le cas du site de l'ABIN qui présente des personnes assises autour

d'une table de travail, en réunion. L'USIC a mis en évidence sur son site des photos de collaborateurs, censés représenter la communauté du renseignement, qui regardent l'utilisateur en souriant. Il semble que la diversité, valeur prônée par l'organisation, soit figurée par ces images qui montrent des citoyens américains de sexes, d'âges et d'origines différents.

Figure 23 : Illustration issue de la page d'accueil du site de l'USIC

Une autre manière de présenter les travailleurs des services de renseignement, tout en insistant sur leur anonymat et leurs qualités de personnes ordinaires, est de montrer des silhouettes (SIS), de couper les visages, de les présenter de dos (ASIS, Shabak) ou de présenter des personnages flous (UZSI, Shabak). Ce dernier cas de figure évoque également l'action, le déplacement. Le Mossad présente des silhouettes d'hommes et de femmes qui marchent en tenue de travail, costume pour les hommes et tailleurs pour les femmes. Le même type de représentation figure sur le site de l'USIC où des personnages des deux sexes sont présentés en noir et blanc, le visage coupé par le cadrage (voir Figure 23)… Le destinataire comprend donc aisément que l'identité des employés des services est secrète et que ce sont des personnes ordinaires vu comme des « employés inconnus ».

Les photos qui présentent un intérêt historique sont également nombreuses et celles-ci sont généralement de deux types : des photos de personnes ayant eu un impact sur l'histoire du service ou des photos d'artefacts, au sens archéologique du terme, objets qui illustrent tout un pan de l'histoire de l'espionnage. La CIA présente « Kryptos », le SR-71 *Blackbird*, un registre de l'OSS, une combinaison de pilote d'U-2, le badge « Lucky Dragon » de la compagnie aérienne secrète de

la CIA « Air America », une carte des infrastructures d'évacuation de Saigon, etc. Le GCHQ expose une série de document en lien avec *Bletchley Park* et la machine Enigma. Le Shabak montre des photos en noir et blanc dans la section historique (dont Adolph EICHMANN). Les photos historiques ont bien souvent un aspect ancien (noir et blanc, sépia ou couleurs passées) qui permet à l'utilisateur de les identifier comme telles. Par ailleurs, de telles illustrations sont bien souvent limitées à la section historique du site. Le Mossad produit une photo en noir et blanc de la déclaration d'indépendance et les dix portraits des directeurs successifs du Mossad accompagnés des dates de début et de fin à ce poste. En cliquant, l'internaute a accès à une brève notice biographique de chacun d'entre eux. Les photos des anciens directeurs des services (BIN, BND, MIT, SVR) constituent presque exclusivement la première catégorie de photos historiques et sont présentes sur la quasi-totalité des sites étudiés, à de très rares exceptions près. Cet attribut significatif de l'illustration des sites contribue à renforcer la dimension historique et patriotique du discours.

Un certain nombre d'illustrations peuvent être qualifiées de poncifs. En effet, plusieurs institutions jouent avec les représentations stéréotypées de l'espionnage. Dans certains cas, ces représentations peuvent être interprétées comme de l'autodérision. C'est le cas notamment des représentations de l'espion dans les jeux pour enfants de la CIA, représentation que le destinateur retrouvera également dans la section consacrée à la démystification du métier. Par contre, il est difficile de ne pas considérer comme caricaturales certaines productions iconographiques, telles les hommes qui regardent à travers des jumelles sur le site du Shabak. De telles représentations sont parfois utilisées pour illustrer de façon simple quelques concepts clés que l'instance énonciatrice cherche à mettre en évidence. Lorsque le GCHQ montre un bandeau « Police do not cross » avec des policiers en fond pour figurer l'analyse criminelle, ou que le NIS représente la protection du potentiel scientifique par des personnages en blouse blanche, la cyber sécurité par des mains qui tapent sur le clavier d'un ordinateur et un microprocesseur, les flux d'informations et la communication par des antennes et paraboles ou encore la production de renseignement par une main pointant un document du doigt et une autre en train de rédiger, comment qualifier de telles illustrations ? Elles peuvent pratiquement être considérées comme des pictogrammes dont la fonction première est plus signalétique qu'illustrative et qui se caractérisent par une simplification qui confine à la stylisation. Enfin, la volonté de présenter des signes identifiables rapidement par

l'utilisateur pour représenter certaines idées ou concepts - les espions sont des hommes en costume et des femmes en talons - est parfois révélateur de l'impact de l'imaginaire collectif sur les représentations. C'est également le cas lorsque le destinateur essaye d'illustrer ce qui caractérise visuellement un pays et qu'il fait appel à des monuments ou, comme le fait le GCHQ, à des cabines téléphoniques rouges et à Big Ben pour illustrer l'identité britannique à l'aide de représentations connues (voir Figure 36).

Les sites produisent également une importante iconographie relative aux menaces listées. Sur le site du SIS, des combattants de l'organisation État islamique sur un véhicule blindé de type BMP russe, drapeau noir au vent, mettent en évidence la section consacrée aux menaces actuelles. Le Shabak représente les terroristes de manière assez stéréotypée, cagoules sur la tête, tandis que le GCHQ montre une voiture calcinée. L'ABW a construit sur la représentation des menaces son parcours de navigation, en présentant 8 illustrations rectangulaires cliquables sur sa page d'accueil : voiture en feu, hommes en costume avec oreillettes, billets de banque, unité d'intervention, etc. À l'intérieur des sections, des images illustrent, elles aussi, la thématique : menottes (lutte contre le crime organisé), page de calendrier « 11 septembre » en feu (lutte contre le terrorisme), homme en costume qui met une enveloppe dans sa poche intérieure (lutte contre la corruption), etc.

Parmi les autres représentations courantes figurent les flux d'informations, la communication ou le cyberespace. Ces illustrations sont souvent des suites de 1 et de 0 qui évoquent le langage binaire (IBW, GCHQ, BND), des globes entourés de flux, des paraboles, des satellites, etc. Le destinataire y voit immédiatement la référence aux enjeux informationnels, aux cyber-menaces. Cela renvoit également à la notion d'instantanéité des échanges, à l'ubiquité supposée des services ou à la mondialisation des échanges.

Les sites se dotent également de schémas explicatifs, à l'occasion : organigrammes ou infographies. Les organigrammes permettent une visualisation de la structure générale du service, sans qu'il ne soit possible de s'assurer que cet organigramme est complet ou même à jour. Dans certains cas, de tels organigrammes sont cliquables et permettent d'accéder à la page explicative de la branche sélectionnée par l'utilisateur.

3.3.4.4. Couleurs

Les **couleurs des sites** internet sont presque exclusivement des nuances de bleus ou de gris avec une dominante de blanc et de tons clairs, et quelques variantes. Quelques sites font exception en usant de contrastes plus marqués : l'ancienne version du site de l'USIC (voir Figure 58) ou le site de l'ABW (Figure 42) et du Mossad (Figure 69) emploient des tons de bleus foncé. Les sites emploient rarement des couleurs vives, sauf de rares exceptions, un peu de vert sur le site de l'AIVD (Figure 43) et de rouge sur le site du CISEN (Figure 60). S'il n'existe pas de convention sur la signification et la symbolique des couleurs employées, il est possible, malgré tout, d'en dégager une interprétation occidentale, puisque conditionnée par un certain nombre de représentations culturelles. La première chose qu'il est possible de dire à propos des couleurs utilisées par les sites internet étudiés est que le destinateur a voulu créer un espace qui traduit l'harmonie et le sérieux, voire l'austérité, tout en facilitant la lecture de l'utilisateur. Le bleu est une couleur apaisante, associée régulièrement au domaine institutionnel, et évoque la sagesse, la protection et la sérénité. Le blanc renvoie à l'innocence, à la liberté, à la paix, à la pureté. Le gris est associé bien souvent à l'univers institutionnel et suggère la neutralité, le calme, la rigueur, le professionnalisme et la fiabilité.[612]

3.3.4.5. Rapports texte-image

Les aspects iconiques et les aspects plastiques, dans leurs **rapports avec le texte**, concourent tantôt à accompagner la thématique de la page, tantôt à mettre en évidence certaines sections pour inciter l'utilisateur à les parcourir, tantôt à attirer l'attention sur certains points, tantôt à documenter les propos du destinateur. Les aspects plastiques des sites ont pour but principal d'en favoriser un parcours agréable et une lecture aisée. Mais comme c'est le cas pour les logos et les différentes illustrations, textes, images et couleurs contribuent à mettre en lumière différents aspects du discours, tels que les thématiques, les valeurs et la vision du monde. Si certains sites présentent une composante iconique minoritaire (BND, BfV, Shabak) ou absente, l'intérêt des images réside dans la mise en évidence de certaines sections dans l'impact métaphorique qu'elles

[612] PASTOUREAU (M.) et SIMONNET (D.), *Le petit livre des couleurs*, Paris, Éditions du Seuil, 2014.

peuvent avoir, dans leur dimension instantanée pour évoquer certains concepts ou dans leur force graphique pour appuyer le texte et participer à un champ thématique cohérent.

Les sites présentent, pour la plupart, une iconographie conforme à la représentation populaire du renseignement ou des artéfacts qui y sont associés : satelite, espion, globe terrestre, ordinateurs, etc. La part de l'iconographie, dans le corpus étudié, est largement minoritaire, bien que la tendance semble être favorable à l'augmentation du contenu iconographique (voir page 185) au cours du temps. Les sites montrent tous une unité stylistique imposée par les conventions du Web. En effet, l'apport essentiel de l'iconographie et des aspects plastiques d'un site relève de l'identification rapide de la page sur laquelle l'utilisateur se trouve et, dans le cas présent, de son attribution à une organisation clairement identifiable. Les photos concourent également à donner une cohérence visuelle au site. Les illustrations ont aussi pour but d'interpeller le destinataire, d'attirer son attention sur certains contenus spécifiques. Les photos s'inscrivent dans la thématique de la page tantôt de manière très évidente (une voiture en feu dans la rubrique « Counter terrorism », sur le site du SIS, par exemple), tantôt de manière plus métaphorique (des pointes de crayons de couleurs différentes illustrant la rubrique « Diversity », toujours sur le site du SIS). Un intérêt est porté à la dimension impactante de l'image et à sa force graphique pour appuyer le texte. Le contenu iconographique du site renforce alors le texte et assure, dans certains cas, un effet métaphorique (drapeau israélien présent dans la section consacrée aux valeurs, sur le site du Shabak).

Points clés

- Logos présentant des similarités symboliques : globe, bouclier, forme circulaire, oiseau, épées
- Références à l'État
- Références historiques
- Peu de signatures institutionnelles
- Des logos qui reflètent valeurs et vision du monde
- Des représentations stéréotypées et des pictogrammes
- Une illustration des menaces
- Des couleurs récurrentes : du blanc, du bleu et du gris

• Une iconographie récurrente : directeurs et anciens directeurs, monuments nationaux, quartiers généraux, employés inconnus et artefacts historiques	• Relation texte-image : renforcement thématique, mise en évidence du texte par l'image, impact métaphorique

3.3.5. Interactivité et multimédiatisation

Cette partie est consacrée aux contenus qui participent au discours des institutions étudiées, mais qui n'entrent pas dans le champ des textes ou des contenus iconiques et plastiques à proprement parler. Les trente-et-un sites offrent une quantité tellement importante d'informations qu'il est impossible d'en traiter la totalité. Cependant, il est utile de dire un mot à propos des contenus qui participent à renforcer l'interactivité du dispositif et des contenus multimédias et c'est la raison de cette section. Comme cela a été dit avant, les sites web sont interactifs puisque le destinateur peut choisir son cheminement et que le concept d'interractivité repose sur la notion de choix.

3.3.5.1. Contenus interactifs

Beaucoup de sites proposent de visionner des vidéos (NSA, CIA, SCRS, USIC, AIVD, BIN). Un exemple est la vidéo de présentation du SIS, en 60 secondes sur la home-page, qui permet de répondre en une minute aux questions « qui sommes-nous ? » et « que faisons-nous ? ». Le Mossad, dans sa version en hébreu offre la possibilité de visionner une vidéo qui présente de façon succincte le service, via sa page YouTube. Le service a également mis en ligne trois vidéo présentant des acteurs qui racontent des histoires annoncées comme d'authentiques récits d'employés. Le SCRS a mis en ligne une vidéo dédiée au recrutement, dans lequel des employés du service s'adressent à l'internaute et parlent des activités du SCRS / CSIS. Des documents audio sont également rendus disponibles par certains sites : interviews (DGSE), témoignages d'employés (SIS). Ces contenus génèrent peu d'interactivité, mais attirent l'attention sur certains contenus, tout en rompant avec la linéarité du texte. C'est d'autant plus évident que les longs textes sont rendus fastidieux à lire par le dispositif du site web qui privilégie idéalement des messages relativement courts pour capter l'attention du destinataire. Certains contenus sont donc plus adaptés à la vidéo ou à l'audio.

De nombreux sites proposent des visites virtuelles de musées ou de leur quartier général (CIA, AIVD, CNI, SIS, NSA), des présentations interactives de leur historique (CIA, BfV, BND), des présentations animées de certaines thématiques (MIT) ou encore des jeux pour les enfants

(CIA, NSA, AIVD). L'idée est de se présenter comme un service qui innove et d'attirer l'attention sur de tels contenus.

Une importante quantité de dispositifs médiatiques est purement utilitaire et vise soit à faciliter des procédures administratives (formulaires interractifs), soit à rendre disponibles des publications ou des textes. Parmi ceux-ci, il est possible de citer les retranscriptions d'interviews, de colloques, les publications thématiques ou les textes législatifs (BND). Un autre exemple est l'ABW qui publie son « livre blanc », mais aussi des formulaires ou des rapports de sécurité intérieure. La « Revue de la sécurité intérieure »[613] comprend des articles et des mémoires, des études et des analyses. C'est le même genre de publication que proposent d'autres services, à l'instar de la CIA qui rend disponibles au téléchargement les publications du « Center for the Study of Intelligence ». Les rapports spécialisés, tel que les rapports sur l'état des menaces terroristes du Shabak (« Terror Data and Trends ») ou les rapports d'activités sont une autre catégorie de publications courantes. Enfin, les formulaires interactifs (USIC), pour introduire une candidature en ligne via un CV (Mossad) ou tester ses compétences (SIS), sont une autre catégorie de dispositifs à la fois utilitaires et pouvant capter l'attention de l'utilisateur. Le simple téléchargement de documents peut relèver de la multimédiatisation, puisque ce procédé étend l'expérience de l'utilisateur à d'autres contenus. En effet, il y a multimédia lorsque différents types de contenus sont mis à disposition de l'utilisateur (son, vidéo, audio, écrit, etc.).

3.3.5.2. Réseaux sociaux

La CIA, le GCHQ ou encore le SCRS sont sur Twitter, le Mossad est présent sur YouTube, la CIA est sur Facebook et plusieurs autres services utilisent également les médias sociaux. La tendance semble être une lente augmentation des services qui se laissent séduire par ce type de communication. Que ce soit YouTube, Twitter, Facebook ou même LinkedIn, de nombreux services y ont recours. La NSA est sur LinkedIn (voir Figure 24), pour recruter d'éventuels candidats. L'AIVD, la CIA, la NSA ou le SCRS sont sur Twitter, par exemple. La CIA et la NSA utilisent également Facebook et YouTube. Mais, en définitive, peu de services recourent aux

[613] Traduit du polonais : « Przeglądu Bezpieczeństwa Wewnętrznego ».

médias sociaux actuellement. Moins d'un quart des services qui composent le corpus de cette analyse disposent d'au moins un compte actif sur un des principaux réseaux sociaux.

Figure 24 : Publication de la NSA sur LinkedIn

Le fait d'être présent ou non sur les réseaux sociaux pose la question de savoir s'il faut laisser libre de tels terrains de communication. De faux comptes apparaissent parfois. Pour la Sûreté de l'État (Belgique), la présence en ligne sans recourir aux médias sociaux semble exclue : « Le Web peut être un lieu privilégié de la communication dans ce domaine, s'il y a plus qu'un site statique. Parce que, si c'est un site statique, ce qui va changer, c'est que je pourrai renvoyer vers le site lorsqu'il y a des questions qui concernent les missions, par exemple. Je pourrais faire pareil pour les communiqués de presse. Mais c'est tout. Il est par contre possible de faire des choses sur les réseaux sociaux, mais ce ne sera pas pour tout de suite… »[614]. Sur ce point, les avis sont divergents comme en atteste la déclaration du responsable français de la communication au sujet de l'opportunité de recourir aux médias sociaux : « Non, car cela suppose de l'actualité et des

[614] Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016.

interactions. Par ailleurs, il y a le risque d'alimenter la machine à fantasmes ou de voir quelqu'un révéler une opération en cours »[615].

Le dernier type de contenu qu'il est nécessaire de citer : les applications mobiles. Si la CIA met vraisemblablement à disposition son World Factbook sous forme d'application payante, le seul véritable exemple d'application mobile développée par une agence de renseignement à destination du grand public est Cryptoy (voir Figure 35) : une application téléchargeable pour Androïd réalisée à l'initiative du GCHQ. Cette application propose d'« explorer le monde fascinant de la cryptographie », le domaine d'expertise du service. L'idée est de faire découvrir différente méthode de cryptage telles que la substitution, le code de Vigenère ou le fonctionnement d'Enigma, d'expliquer l'histoire de ces codes et de permettre à l'utilisateur de coder et de décoder des messages. C'est donc un dispositif interactif ludique destiné à présenter le travail d'un service de manière pédagogique.

[615] Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la DGSE, 19 février 2014.

Les contenus interactifs offrent l'avantage d'augmenter la visibilité de certains contenus et d'attirer l'attention de l'internaute. Ils permettent également d'augmenter l'impression de relation entre le destinateur et le destinataire et de fournir des éléments pour la construction d'une relation de communication rétroactive à l'aide de formulaires dédiés au retour d'expérience ou à une démarche active de l'internaute vis-à-vis de l'interface médiatique. C'est, bien entendu, la présence des services de renseignement sur les médias sociaux qui laisse entrevoir une perspective de communication dans laquelle le destinataire a véritablement la possibilité d'intervenir et de jouer un rôle actif.

Points clés

- Médias sociaux
- Vidéos
- Nombreuses publications (juridiques, administratives, promotionnelles, etc.)
- Visites interactives
- Documents audio
- Jeux pour enfants
- Des candidatures en ligne
- Publications relatives aux études sur le renseignement
- Augmentation de l'interactivité : capter l'attention
- Vers des applications ?

3.3.6. Stratégie

Les entretiens menés soulignent que les services de renseignement poursuivent certaines ambitions communes, à l'instar de la Sûreté de l'État, pourtant absente du Web à l'heure actuelle, qui affirme : « Nous cherchons à diffuser une image du service qui soit à la fois positive et correcte, c'est-à-dire réaliste. L'image que nous souhaitons diffuser est une image qui corresponde à ce que nous sommes, à ce que nous faisons et à ce pourquoi nous existons »[616]. Face à cette affirmation, une analyse réalisée en 2012 relève que « les deux sujets de prédilection des services de renseignement et de sécurité sont les menaces auxquelles leur pays est exposé et les campagnes de recrutement »[617]. Qu'en est-il aujourd'hui ?

Cette partie de la recherche a essayé de mettre en évidence les aspects qui concourent à traduire plusieurs orientations stratégiques dans la communication web des services étudiés. Étant donné qu'il est impossible d'affirmer de manière objective que telle ou telle orientation est présente ou absente dans la stratégie de communication des services, il est envisagé de dégager les aspects qui paraissent davantage refléter les préoccupations des services.

3.3.6.1. Parties prenantes

Les parties prenantes identifiées au cours de l'analyse sont relativement similaires d'un site à l'autre, et il est possible de dire que ces sites s'adressent à une audience aussi large que possible, en mettant l'accent sur le citoyen du pays auquel se rapporte chaque agence. Les sites proposent également un ensemble de publications qui semblent davantage destinées à des publics plus spécifiques, comme les journalistes, lorsque les sites mettent en ligne des communiqués de presse, ou les étudiants quand il leur est proposé d'effectuer un stage, ou les chercheurs auxquels le destinateur met à disposition des publications spécialisées ou des documents déclassifiés, ou encore les politiciens, ou enfin les propres employés du service. La dimension internationale des sites est variable et la majorité d'entre eux propose une traduction en langue anglaise, au minimum. Cependant, certains sites ne proposent qu'une version dans leur langue nationale, tels que les sites

[616] Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016.
[617] FERRO (C.), *L'image des services de renseignement et de sécurité. France, Royaume-Uni, Allemagne et Belgique, op. cit.*, p. 618.

du SVR et du FSB disponible en russe, ce qui suggère une moindre préoccupation quant à la volonté de toucher des publics étrangers. Cette identification des parties prenantes semble rencontrer l'intention des services et se confirme dans les entretiens menés.

L'aspect informationnel est le plus évident, puisqu'il consiste simplement à mettre à disposition de l'internaute de l'information « froide » consistant à présenter le service sous l'angle des traditionnelles questions institutionnelles « qui sommes-nous ? » et « que faisons-nous ? ». Dans chacun des cas étudiés, il n'est pas fait mention d'informations concrètes quant à des activités en cours, ce qui est confirmé par certains services : « Nous ne communiquerons jamais sur nos opérations. Il y a là une ligne rouge infranchissable. J'insiste : il est impensable de révéler nos modes opératoires, nos capacités et tout ce qui pourrait mettre en danger nos agents ou nos sources. Cette spécificité impose donc pas mal de restrictions. On ne communique pas non plus sur l'actualité, ce qui peut être assez frustrant pour les journalistes, notamment »[618]. Le destinateur cherche à rencontrer les préoccupations des citoyens et veut les anticiper en mettant en ligne des FAQ qui permettent de se faire une idée des questions que le service se voit poser régulièrement ou imagine se voir poser.

Les aspects stratégiques liés à la justification et à la crédibilisation sont liés et concernent principalement la mise en évidence du caractère légal dans lequel œuvre l'organisation, tout en proposant des références concrètes aux textes qui encadrent leurs activités. Dans un deuxième temps, la mise en évidence des valeurs permet de gagner l'adhésion du destinataire éventuel, tout en insistant sur le rôle sociétal qui consiste en une protection de l'État et des individus contre une série de menaces, dans une logique de rhétorique duale. La communication d'un organisme passe immanquablement par une réinterprétation de sa propre histoire. Les services montrent à travers leur discours que la justification des activités de renseignement puise ses arguments principaux dans une tradition du renseignement, puisqu'il est largement exclu de parler des opérations en cours ou récentes. L'histoire est donc à la fois un gage d'efficacité, un héritage et un savoir-faire. Le FSB fait figure d'exception, dans le cas présent, en mentionnant sur son site quelques opérations menées en coopération avec des services d'ordre et qui ont abouti à des saisies et à des arrestations, mais les exemples de telles communications sont rares. La crédibilité du service est donc étayée par son

[618] BAJOLET (B.), art. cit., p. 112.

histoire, par son cadre légal et par un ensemble de valeurs patriotiques. De plus, le destinateur tend à confirmer sa crédibilité par une répétition explicite ou implicite de son efficacité. En montrant son directeur, les services permettent aux publics de mettre un visage sur une institution, tout en affirmant les valeurs de transparence et de démocratie supposément partagées tant par le destinateur que par le destinataire.

3.3.6.2. Stratégies mises en oeuvre

Les stratégies de communication des services étudiés sont cependant relativement différentes les unes des autres. Si certains d'entre eux consacrent leur site à une communication orientée sur les services rendus à l'État et la coopération nécessaire du citoyen plutôt qu'à une stratégie d'image, d'autres développent une stratégie de communication institutionnelle axée sur une argumentation fortement patriotique. Outre le fait que ce type de communication comporte une part d'évitement, dictée par la nature même de l'activité des services, différents enjeux communicationnels sont identifiables. Cette partie de l'analyse suppose de remonter aux stratégies via une inférence à partir des éléments observés sur les sites et à partir des interviews. Une part importante des sites met en évidence les menaces qui existent et contre lesquelles ils s'affirment en tant qu'adjuvants (CIA, GID, AIVD, FSB, KGB, Shabak). Cette stratégie d'avertissement est destinée également à prévenir le citoyen, de façon parfois particulièrement explicite, comme c'est le cas sur le site du FSB.

Le recrutement est un aspect particulier, puisque certains organismes dédient un site à part entière à cet usage (USIC, NIS, GCHQ, SIS). Plusieurs services attribuent une section spécifique de leurs sites web au recrutement de personnel. Le recrutement apparaît comme une thématique particulière dans laquelle le traitement textuel et visuel se détache parfois significativement du reste du site, avec des interpellations à destination du destinataire ou des témoignages qui permettent de s'identifier à un employé du service. Les sites servent aussi vraisemblablement à fournir un point de contact pour le recrutement de sources éventuelles, comme c'est le cas sur le site de l'ABW ou du GID.

L’aspect didactique des sites présente des singularités remarquables, puisque certains services n’hésitent pas à proposer des jeux destinés aux enfants. Cependant, le destinateur entre véritablement dans cette catégorie lorsque l’accent est mis sur les processus de travail et sur leur explication, sur les différents moyens à disposition du service, sur la possibilité de prendre connaissance des publications éventuelles, etc. Parfois, cette caractéristique est mise en évidence par des contenus médiatiques interactifs et ludiques, des visites interactives de musée ou de QG ou une ligne du temps, par exemple.

Acronyme	Pays	Informer	Justifier	Crédibiliser	Avertir	Recruter	Apprendre	
Afrique								
NIA	Nigeria							67%
SSA	République d'Afrique du Sud							67%
							2	
Amérique du Nord & Centrale								
CIA	États-Unis d'Amérique							100%
CISEN	Mexique							83%
NSA/CSS	États-Unis d'Amérique							100%
SCRS/CSIS	Canada							100%
USIC	États-Unis d'Amérique							100%
							5	
Amérique du Sud								
ABIN	Brésil							67%
DINI	République du Pérou							67%
							2	
Asie & Moyen-Orient								
BIN	Indonésie							83%
FSB	Fédération de Russie							67%
GID	Jordanie							83%
MOSSAD	Israël							83%
NIS	République de Corée du Sud							100%
SHABAK (ISA)	Israël							100%
SVR	Fédération de Russie							67%
							7	
Europe								
ABW	Pologne							83%
AISE	Italie							83%
AISI								0%
AIVD	Pays-Bas							100%
BIS	République tchèque							67%
BfV	Allemagne							100%
BND	Allemagne							100%
CNI	Espagne							83%
DGSE	France							100%
GCHQ	Grande-Bretagne							100%
KGB	Biélorussie							67%
MIT	Turquie							83%
UZSI	République tchèque							83%
SIS (MI6)	Grande-Bretagne							100%
SZRU	Ukraine							83%
							14	
Océanie								
ASIS	*Australie*							67%
							1	
							31	
		100%	100%	100%	68%	77%	65%	

Figure 25 : Stratégies développées dans les différents sites web analysés

Cette analyse ne rend pas compte des différences inhérentes aux régimes politiques des États dont dépendent les services. À titre d'exemple, il est utile de dire qu'à la question de savoir si la Russie, dans la communication de ses organismes de sécurité et de renseignement, tend à adopter une stratégie similaire à celles développées en Europe occidentale ou aux États-Unis, la réponse doit être nuancée. En effet, « l'orientation qui domine en Russie, c'est l'*étatisme*

démocratique, ou […] le *nationalisme russe*. Elle se fonde sur une vielle tradition de centralisation autoritaire, d'État coercitif et d'expansion impériale, combinée à une rhétorique démocratisante à l'occidentale »[619]. À cet égard, l'analyse permet de déceler une rhétorique parfois assez semblable à celle utilisée par certains services occidentaux. Cependant, la vision et les valeurs du service ne sont jamais explicitement développées. Par ailleurs, le fait que les sites ne soit consultables qu'en langue russe montre très clairement que le discours est délibérément envisagé comme étant à destination exclusive des citoyens russes. Il y a donc des similitudes, mais il y a également un ensemble d'éléments très spécifiques comme l'expression de certaines limites par le biais d'euphémismes. Ainsi, le SVR ne manque pas de préciser à l'utilisateur qu'il « est efficace seulement dans les régions où la Russie a de véritables intérêts et non des intérêts imaginaires »[620], ou encore qu'il n'exclut pas les activités de reconnaissance dans certains pays, sur la base de l'utilité nationale. Il existe aussi un certain nombre d'expressions qui apparaissent comme de véritables clichés, du moins pour un énonciataire non-russe, telles les formules utilisées par le SVR pour ne recruter que « les meilleurs des meilleurs » et ceux qui « aiment vraiment leur Patrie ».

Tous les services n'ont, bien sûr, pas adopté une politique de communication « transparente » à l'occidentale, mais au minimum une attitude qu'il est possible de qualifier d'« information limitée ». Cela dénote d'un effort de prise en compte de la société civile, mais aussi de la prise de conscience de l'importance d'occuper le terrain médiatique, même de façon limitée. À la question, presque rhétorique, de savoir si les services russes doivent fournir davantage d'informations aux citoyens, Irina BOROGAN affirme : « Bien sûr que les services de renseignement doivent être transparents. Nous pouvons limiter la transparence soit par les lois, soit cette limite peut être définie en fonction de la situation. Par exemple, dans le cadre d'une commission parlementaire, nous pouvons enquêter sur un événement particulier. En principe, nous pouvons changer la loi pour avoir une plus grande responsabilité envers le public et le Parlement, mais dans la Russie d'aujourd'hui, c'est quasiment impossible »[621]. Tandis que Vladimir FEDOROVSKI affirme

[619] KLIOUIKOVA (K.), *La géopolitique en Russie depuis 1991*, dans *Outre-Terre*, n°19, Paris, Glyphe, [En ligne], 2007, p. 26.
[620] Traduit du russe : « СВР действует только в тех регионах, где у России имеются подлинные, а не мнимые интересы ».
[621] Entretien avec SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), Journalistes d'investigation et experts en services de sécurité russes, 17 février 2013.

de manière prosaïque : « C'est impossible en Russie, du moins à l'heure actuelle. Dans certains domaines limités, ils ne doivent pas l'être ».[622]

L'analyse des sites a permis de discerner un ensemble de caractéristiques dans le corpus étudié, à travers une analyse sémio-pragmatique visant à explorer les parcours interprétatifs possibles des destinataires, en s'attachant à saisir les mécanismes de production de sens et leur contexte de production. Les images des services nous apparaissent au terme de ce travail d'analyse et un certain nombre d'éléments mis en évidence dans la partie qui s'achève permettent de défendre la thèse qu'il existe bel et bien un modèle récurrent de ce type de contenu médiatique dans le secteur du renseignement, comme cela sera expliqué en détail dans la quatrième et dernière partie de cette recherche.

[622] Entretien avec FEDOROVSKI (V.), Écrivain et ancien diplomate russe, 24 février 2013.

QUATRIÈME PARTIE : ENSEIGNEMENTS

Lignes directrices générales

Cette quatrième partie, après un bref rappel des objectifs et des enjeux de la recherche, présente une interprétation des résultats de l'analyse, détaillés dans la partie précédente. Les limites et les apports de la présente thèse sont également explicités, avant de clore sur une conclusion générale.

4.1. Objectifs et enjeux de la recherche

Cette thèse a cherché à répondre à la question « quelle image les services de renseignement tendent-ils à promouvoir par le biais de leurs sites internet ? » À travers une analyse sémio-pragmatique de trente-et-un sites web d'agences étatiques de renseignement, la présente recherche a mis en évidence qu'il existe des similitudes dans les stratégies de communication déployées, une vision du monde et des valeurs communes, ainsi qu'un archétype de site web dans ce secteur. Prouver l'existence de ce modèle récurrent de site web dans ce secteur d'activité est la thèse qui est défendue dans ces pages et cette quatrième partie vise à présenter les éléments obtenus par le biais de l'analyse sémio-pragmatique et qui permettent de soutenir la démonstration de cette thèse.

Par ailleurs, cette thèse s'est attachée également à comprendre comment la communication web des services participe à la culture du renseignement. Elle porte un intérêt à la question de la justification légale des services, à l'aspect communicationnel relatif au recrutement, à l'usage qui est fait des clichés et du mythe de l'espion, et, enfin, à répondre à la question de savoir si ce type de communication entre dans le domaine de la propagande.

Les éléments contextuels ont permis de mettre en évidence différents facteurs qui présentent un impact sur la perception de ces organismes par le grand public. La recherche a défini les champs de la communication organisationnelle, de la communication institutionnelle et de la communication publique. À travers les éléments dégagés par l'analyse et par le cadre contextuel,

il est expliqué comment la communication des services de renseignements sur le Web s'inscrit dans ces trois champs de la communication.

4.2. Interprétation des résultats de la recherche

À la question de savoir quelle image les services cherchent à promouvoir via leur site web, il ressort qu'il est nécessaire de préciser à quelle image il est fait référence. En effet, lorsqu'il s'agit de caractériser l'image des services, il est plus juste de parler « des images » étant donné que de chacun d'entre eux émane une image différente façonnée au gré du temps par un héritage historique et culturel différent. Par ailleurs, les sites, même s'ils comportent des similitudes, ne diffusent pas la même image, chaque institution ayant des spécificités qui lui sont propres. Et comme cela a été dit précédemment, l'image se décline en image voulue, en image diffusée et en image perçue. Par ailleurs, l'image varie aussi en fonction des différents publics. L'analyse relève un ensemble d'images diffusées à propos desquelles il est possible de donner quelques caractéristiques.

L'image voulue est connue par les entretiens menés[623] et correspond à une volonté affirmée de se présenter comme une institution qui ne se perd pas dans une zone de non-droit, mais qui dispose d'un cadre légal. Cette image apparaît comme l'objet d'un relatif consensus entre les différents services, à quelques nuances près, du moins pour ceux qui ont accepté de répondre aux questions qui leur ont été posées. En effet, les services de renseignement semblent vouloir se présenter comme des instances au service du citoyen et désireuses de le rassurer « face aux menaces contre notre société, contre nos valeurs, contre nos intérêts, l'État ne reste pas inactif et a des senseurs lui permettant de se positionner, d'agir, d'anticiper »[624]. Par ailleurs, la défense des intérêts du pays et la volonté de fournir des éléments facilitant la compréhension du fonctionnement du service afin d'en favoriser le respect, de manière à créer un cadre de fonctionnement idéal, apparaissent comme d'autres dimensions d'importance qui caractérisent cette image. Cela s'accompagne d'une ambition de diffusion d'une information correcte et positive, mais aussi

[623] Sur les huit interviews, cinq concernent directement la position officielle d'un service de renseignement à ce sujet.
[624] Entretien avec différents fonctionnaires du Service Général de Renseignement et de Sécurité (Belgique), 30 juillet 2014.

réaliste « qui corresponde à ce que nous sommes, à ce que nous faisons et à ce pourquoi nous existons »[625]. Le respect des normes démocratiques et l'existence de moyens de contrôle, ainsi que la volonté de faire apparaître en filigrane les personnes qui œuvrent dans l'ombre sans en révéler trop sont d'autres facettes de cette image qui apparaissent dans la communication de certains sites : « Il est aussi important de parler des contrôles, des personnes qui travaillent au sein de la DGSE, de nos valeurs, de notre déontologie et de notre respect des principes démocratiques »[626].

L'image diffusée, quant à elle, est celle qui transparaît à travers l'analyse des sites. Cette analyse a démontré comment les institutions se présentent. Il existe, en effet, une politique visant à améliorer cette image qui relève de l'objet même de la communication organisationnelle et qui se traduit par une volonté de favoriser la compréhension de l'institution tout en définissant sa propre identité, en exposant sa mission et ses valeurs, et en réinterprétant son héritage historique et culturel. Les valeurs y jouent un rôle clé favorisant l'acceptation du discours dans le chef des destinataires éventuels, tout en justifiant le rôle sociétal du service. Ces même valeurs permettent aussi d'étayer la crédibilité de l'institution, en créant un lien avec le destinataire supposé partager un certain nombre d'entre elles, telles que le respect des normes démocratiques, de la loi, une certaine forme de patriotisme, plus ou moins exacerbé, la transparence des institutions, la volonté d'assurer la sécurité des citoyens et de l'État. Le service s'affirme dès lors comme partageant les valeurs du citoyen et se trouve conforté et légitimé dans son rôle : « Nos valeurs sont la sécurité de la population et la préservation de l'ordre démocratique »[627].

Les stratégies mises en œuvre sont multiples et ne concernent donc pas qu'une simple volonté de recrutement. Il est difficile de dire si les sites contribuent à faciliter le recrutement, mais ces sites permettent d'offrir une visibilité suffisante aux services qui deviennent dès lors connus et se présentent comme des recruteurs potentiels, à l'occasion. La publication d'offres d'emploi sur un site internet constitue, à tout le moins, un canal bénéficiant d'une large audience à moindre coût. Des sections consacrées au recrutement ou des liens vers des sites dédiés concernent trois quarts des sites analysés et c'est une thématique qui voit se développer une énonciation dans laquelle la

[625] Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016.
[626] Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la Direction Générale de la Sécurité Extérieure (France) depuis juin 2010 et ancien officier traitant et analyste, 19 février 2014.
[627] Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016.

relation avec le destinataire est plus prégnante. L'analyse a mis en évidence différentes dimensions stratégiques d'une telle communication qui consiste à informer, à justifier son existence et sa raison d'être et à crédibiliser l'institution en présentant un ensemble de garanties légales, tout en recherchant l'adhésion du destinataire. En parallèle se développe dans le discours une rhétorique destinée à désigner les menaces auxquelles les services font face dans une logique d'avertissement, tout en se présentant comme étant un acteur d'importance permettant de se prémunir des dites menaces. Enfin, le destinateur recourt à la communication web pour faciliter la compréhension des processus de renseignement, dans un but d'apprentissage favorisant la compréhension des parties prenantes. La définition de l'identité de l'institution apparaît comme un critère essentiel dans le développement de ces stratégies et la réappropriation de son histoire permet aux services de fournir un double gage d'efficacité et de crédibilité vis-à-vis des parties prenantes. Ces dernières s'identifient vraisemblablement au grand public, au sens de l'internaute, lorsque la langue de diffusion est l'anglais. De manière plus précise, il s'agit en premier lieu du citoyen du pays auquel est rattaché l'institution, ainsi que les journalistes, chercheurs et hommes politiques, ainsi que dans une moindre mesure le personnel issu du service communicant.

Les stratégies envisagées par les services, connues par les entretiens menés, visent notamment à diffuser une culture du renseignement, à fournir une illustration objective des missions du service, à stimuler une confrontation dans une ambiance académique et à garantir un support efficace aux exigences d'information des citoyens, tout en remplissant un rôle pédagogique[628] Est-ce que ces sites suffisent à la diffusion de cette culture du renseignement ? La réponse est négative. Cependant il apparaît que de tels sites web y participent en rendant l'information disponible auprès d'une large audience, tout en fournissant une visibilité aux services de renseignement. Certains exemples permettent d'avancer l'hypothèse que les sites web peuvent s'affirmer comme étant de véritables moteurs de l'émergence de la culture du renseignement, à l'instar de la CIA qui a permis à « nombre de chercheurs indépendants [de tirer avantageusement] profit de l'ouverture – même partielle – de la CIA et de ses consœurs pour enrichir une littérature jusqu'alors dominée par les œuvres de journalistes et les témoignages d'anciens acteurs. La récente accélération de ce mouvement, rendue possible par Internet, a permis la réalisation d'études qui

[628] Entretien avec le Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica (Italie), service Comunicazione istituzionale, 27 juin 2014.

n'auraient pu voir le jour quelques années plus tôt. En facilitant l'accès à certaines de ses archives, la CIA a fait progresser la compréhension du fonctionnement de l'appareil d'État américain et de l'élaboration de sa politique étrangère »[629].

Figure 26 : Tweet de @CIA qui montre l'importance documentaire du site de l'Agence

Les sites offrent la possibilité aux services d'exister dans un contexte qui veut que pour exister, il faut être présent sur le Web. Ces sites s'adressent donc à un public large, qui va du citoyen aux médias, en passant par les politiques.[630] Les visions du monde qui y sont développées peuvent être perçues comme étant, bien souvent, mécanistes et présentant la violence qui caractérise certains faits, appelés « menaces », comme aseptisée, suivant une rhétorique simplifiée et duale

[629] RAMOS (R.), art. cit., p. 35.
[630] Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016.

(menaces / protection). Les menaces les plus couramment citées sont le terrorisme, l'espionnage, la prolifération d'armes de destruction massive, la criminalité organisée et la cybercriminalité. Ces menaces permettent la justification du rôle sociétal des services, en parallèle au développement des valeurs dans le discours qui contribuent à cette justification d'organisation dévolue à la défense des intérêts de l'État et de ses citoyens.

À la question de savoir s'il s'agit de propagande, l'analyse a mis en évidence l'existence de plusieurs critères retenus comme permettant de caractériser un discours propagandiste. Il est vrai que la communication des services présente un certain consensualisme propre à la rhétorique démocratique, porteur d'une certaine idéologie, ce qui ne signifie pas que sur ces sites, il y ait un effacement total de la conflictualité. Cependant, l'analyse a relevé un ensemble de terminologies qui appartiennent à un champ lexical consensuel, tels les termes de « transparence », « démocratie », « coopération », etc. Dans certains cas, le discours présente une tendance à la simplification dans laquelle des syntagmes figés tels que « guerre contre le terrorisme », sont employés et qui montrent un ancrage idéologique, en même temps que des affirmations auxquelles il est impossible de s'opposer. Suffisamment d'éléments permettent d'avancer que le discours des services de renseignement relève de la communication partiale et qu'elle sert des buts politiques. En dépassant l'idée que la propagande est un jugement de valeur qui caractérise la communication d'un antagoniste et que cette communication vise à influencer, de nombreux éléments concourent à conclure que les services incitent à l'action, en se basant sur un certain nombre de mythes. Le discours des différents destinataires envisage, il est vrai, d'emporter l'adhésion du citoyen sur la question de la lutte contre le terrorisme, par exemple. Certains sites confortent le moral à travers un discours résolument patriotique, mais entrent rarement dans le champ de la diabolisation, y compris lorsqu'il est question de décrire certaines menaces qui sont abordées de manière relativement factuelle. Par ailleurs, évaluer les effets persuasifs d'une telle communication n'est pas l'objet de la présente thèse. Il est toutefois possible de relever que les sites étudiés sont caractérisés par un discours souvent lisse et une énonciation homogène, et qui donne une impression de rapports mécanistes entre le monde et le service, dans lesquels les menaces apparaissent finalement comme des entraves à une relation harmonieuse entre des acteurs dépeints comme entretenant une relation cohésive. Les organismes font donc état d'une approche

résolument mécaniste du monde dans leur communication où il apparaît que chaque phénomène trouve une explication satisfaisante suivant le modèle des liens de cause à effet.

Parmi les caractéristiques permettant de soutenir l'affirmation que certains contenus présentent une dimension propagandiste, il est possible de souligner, d'une part, le critère de répétition propre à la propagande qui est rencontré dans l'usage du média employé et qui offre une relative permanence des messages. L'analyse a montré que le contenu des sites comporte de nombreuses insistances et certaines affirmations des services sont particulièrement redondantes, notamment dans la répétition d'idées qui traduisent un même concept. D'autre part, les destinateurs se basent sur les mythes listés dans la deuxième partie de cette recherche (voir page 133). Ainsi, les services construisent leur vision du monde autour du mythe de progrès qui s'articule essentiellement autour de l'affirmation du progrès matériel, dans l'iconographie utilisée, par exemple. L'idée d'existence d'une communauté, au sens de fratrie se retrouve également dans la représentation des employés des agences, représentés comme un groupe soudé œuvrant dans un même but. Le mythe de l'ordre, de la paix et de la démocratie transparaît à maintes reprises dans le discours. Les autres mythes, tels que le professionnalisme, la figure du héros protecteur, de carrière et de vie rêvée sont également présents dans les sites étudiés. En définitive, tous les sites étudiés ne sont pas propagandistes et tous les contenus présentés par ces sites ne relèvent pas intégralement de cette catégorie. En réalité, plusieurs sites (tels que celui de la CIA, du SVR, du SIS/MI6, de la NSA, du Mossad, par exemple) comptent davantage d'éléments qu'il est possible de qualifier de propagandiste que les autres. Pour beaucoup des sites web analysés, le caractère propagandiste est très limité, même si des éléments iconographiques ou certaines sections (telle que celle consacrée au recrutement, par exemple) montrent une utilisation des mythes, tels que décrits par Jacques ELLUL.

Quelles actions les services de renseignement envisagent de faire accomplir par de tels contenus ? L'action la plus simple consiste simplement à pousser le destinataire à admettre une telle vision du monde, à adhérer, par exemple, à l'idée de la lutte contre les menaces listées par les sites, à accepter et à soutenir la nécessité de l'existence de tels organismes, à intégrer l'idée de « guerre contre le terrorisme », comme c'est parfois suggéré. Enfin, l'action la plus capitale réside pour nombre de ces sites dans l'incitation à s'engager, soit en postulant pour des emplois au sein

de ces services, soit en collaborant avec eux pour leur transmettre des informations à même de les aider dans la protection des intérêts de l'État qu'ils défendent. Le discours présente une certaine simplification et une réduction de la dimension conflictuelle à une liste de menaces. Il existe des omissions dans ce que les sites présentent comme étant leur vision du monde et ces omissions traduisent l'existence d'un discours orienté. Il n'est que très rarement fait mention de certaines mesures prises par les services qui constituent une violation de la vie privée d'individus, qu'ils collectent parfois des données en masse (pour la NSA et le GCHQ, par exemple), que tous les services travaillent sur des faits qui ne relèvent pas d'infractions, que certains services font usage de la torture de manière directe (comme la CIA l'a fait par le passé) ou indirecte (c'est-à-dire en évitant de relever la réelle provenance de l'information), que les opérations clandestines supposent parfois l'usage de la violence (par exemple l'élimination d'individus, parfois à l'aide de moyens techniques tels que des drones), que certains services ont la capacité de priver les individus de liberté en dehors de toute procédure judiciaire (voir les *Black Sites* de la CIA, par exemple), etc. Bien entendu, tous les services ne sont pas égaux et tous ne disposent pas de moyens aussi étendus mais tous justifient leurs actions au moyen d'arguments similaires, les mondes mobilisés dans leurs discours et qui ont été détaillés dans l'analyse (voir page 224). Cela a été dit, pour rallier l'adhésion des acteurs, les individus et les organisations se justifient en mobilisant un certain nombre de valeurs qui forment un système de cohérence : les mondes. « Or, par nature, la propagande est un mécanisme de justification. L'État ne peut mobiliser (au sens étymologique) les masses qu'en leur attestant leur propre justice »[631].[632]

L'analyse a mis en évidence un ensemble de récurrences dans la communication des services. Celles-ci s'expliquent aisément lorsqu'elles sont mises en rapport avec un certain nombre de facteurs. En premier lieu, les sites étudiés présentent tous les grandes caractéristiques usuelles des sites institutionnels et en ont les spécificités visuelles (logo, charte graphique).

Premièrement, il y a une section qui présente succinctement ce que l'organisation « fait », ses missions, sa vision et ses valeurs, son histoire, ses dirigeants et parfois ses employés. Deuxièmement, des sections sont consacrées aux actualités, à la législation, aux divers documents

[631] ELLUL (J.), *Responsabilités de la propagande*, dans *Topique*, 2010/2, n°111, 2010, p. 14.
[632] CHALIAND (G.), *op. cit.*, p. 131.

téléchargeables et au recrutement. Enfin, le site propose généralement des coordonnées de contact (par mail, par téléphone ou par voie postale). Toutes ces différentes composantes sont bien souvent présentes sur les sites institutionnels de n'importe quelle autre organisation, y compris privée (par exemple, GSK, Michelin, Solvay, Nestlé), avec des variantes, en fonction de la raison sociale de l'institution. La communication institutionnelle envisage de définir l'identité, les missions, les valeurs de l'organisation, tout en s'affirmant en tant que personne morale auprès de ses parties prenantes. Certains sites web des services n'hésitent pas à afficher une signature institutionnelle qui résume leur objet social. La dernière caractéristique notable est le déploiement d'un discours souvent égotique, propre à ce type de communication, puisque le sujet du discours est l'instance énonciatrice elle-même.

Deuxièmement, les sites étudiés s'inscrivent pleinement dans la communication publique qui se fonde sur la légitimité de l'intérêt public. Les différentes caractéristiques relevées dans la partie analytique concernant les modalités de légitimation des différents destinateurs démontrent que ces sites sont inscrits pleinement dans ce type de communication. En effet, les différents destinateurs insistent sans réserve sur leur rôle d'intérêt, en affirmant œuvrer dans un contexte démocratique et sous la surveillance d'institutions de contrôle (pour certains d'entre eux). Le discours envisage donc d'associer un public large, c'est-à-dire le citoyen, à la vie publique à laquelle les services de renseignement participent en œuvrant pour la sauvegarde des intérêts étatiques.

Troisièmement, le contenu des sites tend invariablement vers un but d'amélioration de l'image de l'institution qui est une caractéristique inhérente à la communication organisationnelle. Cette affirmation semble une évidence, mais il convient de rappeler que les sites web des organisations de renseignement se développent dans l'objectif d'apparaître sous un jour plus favorable, tout en fournissant des clefs de compréhension permettant d'envisager leurs activités de manière intelligible par leurs parties prenantes.

Quatrièmement, les similarités des sites s'expliquent par les conventions de l'écriture web qui se sont fixées au fil des ans, par les nécessités de fournir une ergonomie suffisante, le développement de CMS et par la systématisation des *benchmarking* en communication

organisationnelle qui vise à prendre connaissance des pratiques d'autres acteurs préalablement au développement de ses propres outils de communication. Le sens de lecture a également un impact dans la disposition des différents éléments constitutifs du site internet.

En définitive, **il n'existe pas de sites similaires, mais des similarités** dans la construction des sites et des discours des services de renseignement. Les récurrences de forme sont donc dues aux prescrits de l'ergonomie web. Elles s'expliquent par le fait que le média a acquis une certaine maturité et que son format répond aux nécessités d'usage et de confort de l'utilisateur. Ce point peut être comparé aux conventions d'imprimerie qui font que rien ne ressemble plus à un livre qu'un autre livre et, en même temps, que rien ne se distingue tant d'un livre qu'un autre livre. Un menu horizontal, une arborescence peu profonde pour faciliter la navigation, une écriture en noir sur fond clair, l'usage de la couleur bleue qui est en vogue sur les sites institutionnels, une logique de lisibilité et d'efficacité : tous ces éléments sont itératifs. Un appauvrissement en contenu textuel semble se profiler avec l'exemple du site du SIS qui met davantage en avant l'aspect iconographique et visuel de son contenu que dans le passé. Les redondances et les répétitions du nom du service ou de certains arguments permettent de s'assurer que le message est perçu, sinon retenu, par l'utilisateur, étant donné qu'Internet suppose une navigation rapide où les sites sont parcourus superficiellement, le plus souvent.

Au niveau du contenu, les thèmes sont récurrents, même s'ils sont parfois envisagés différemment, tels que les missions parfois désignées comme étant des devoirs ou des pouvoirs. Les discours présentent des valeurs communes, des stratégies communes, une énonciation souvent impersonnelle ou une autodésignation à la première personne du pluriel avec de rares interpellations (mais cette dernière tendance apparaît en augmentation car elle permet davantage de jouer sur le lien entre destinateur et destinataire). Cette énonciation présente le destinateur tantôt comme une entité extérieure à l'organisation, tantôt elle semble renvoyer à un ensemble de collaborateurs, quand la tournure devient un « nous » exclusif qui donne également une place au « vous ». Les contenus mettent en évidence des mondes possibles similaires où les services sont vus comme des instances protectrices suivant « une rhétorique argumentative, fondée sur un

diptyque assez simpliste (« threats / protect ») »[633] et le citoyen y est présenté comme un adjuvant (source, recrue, fournir des infos) ou un partenaire auquel le site offre un moyen de contacter l'institution. Le discours peut être interprété comme ayant un caractère pluri-adressé, c'est-à-dire qu'il peut être interprété par les différents destinataires à la fois comme une menace et comme une garantie.[634] Ces menaces sont similaires et reflètent les préoccupations des États, la démultiplication des acteurs et le caractère diffus des menaces. À cet aspect s'adjoint l'affirmation d'une coopération nécessaire entre les services, tantôt mise en évidence, tantôt moins.

Les valeurs contribuent à la construction de l'identité des différents services et reposent sur une affirmation d'efficacité, de performance, avec des références aux traditions et à la légalité. En filigrane du discours apparaissent les valeurs de modernité, de maîtrise technique, de dynamisme, de manière à se présenter comme une institution soucieuse de se conformer à un monde perçu comme évolutif et où les flux d'informations, d'individus et des échanges est sans cesse croissant. L'iconographie rappelle à travers ses thématiques les enjeux actuels, mais aussi les missions / devoirs / pouvoirs dévolus au service de renseignement, en vue de contribuer à la stabilité, à la protection et la pérennité de la nation. Les processus, quand ils sont expliqués, semblent faire l'objet d'une unanimité, par exemple lorsqu'est présenté le cycle du renseignement. Par ailleurs, la majorité des services insiste sur le respect de la loi et de l'État de droit. Tous ces éléments se conjuguent dans les sites en vue de concourir à la création et à la diffusion d'une image sérieuse, professionnelle et efficace.

Les composantes iconographiques présentent également des récurrences. Elles soulignent l'attachement et le service à la nation affirmés dans le texte. Dans sa composante plastique, le site affiche presque systématiquement des tons bleus et gris. Les logos montrent un ensemble de thématiques itératives, telles que des formes circulaires, l'usage de la couleur bleue, les boucliers, les globes, l'héraldique du pays, etc. Lorsqu'il est nécessaire de figurer le personnel du service, bien souvent le destinateur opte pour des silhouettes d'hommes et de femmes, ou bien pour un

[633] HARE (I.) et TOUBOUL (A.), *Communiquer sur le secret*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, p. 129.
[634] KRIEG-PLANQUE (A.), *op. cit.*, p. 166-167.

groupe de personnes hétéroclites aux visages visibles, qui présentent la diversité de l'institution. Le directeur du service est fréquemment représenté et apparaît en costume, ce qui conforte l'image de professionnalisme et de sérieux que l'institution semble désireuse de montrer. Enfin, les sites proposent une iconographie répétitive à base de bâtiments nationaux ou représentant l'institution ou l'État, d'artefacts historiques, des objets ayant pour vocation de rappeler la thématique de l'information, de la technique ou de l'espionnage.

Les clichés constituent une ritournelle dans la communication, notamment dans l'iconographie des sites. Les représentations populaires du mythe de l'espion sont également utilisées pour démystifier la réalité du métier sur un registre qui n'est pas dénué de second degré. Certains d'entre eux n'hésitent pas à énoncer de manière manifeste les mythes qui existent sur la profession pour construire leur discours sur ces représentations populaires et les comparer à leur réalité du métier. L'iconographie est parsemée d'éléments stéréotypés qui rappellent les poncifs populaires relatifs au monde du renseignement, tel que l'espion en imperméable et chapeau, les agents qui observent à l'aide de jumelles, les satellites, ou les successions de 1 et de 0 qui font référence au cyberespace. Les services travaillent parfois sur leur image négative de manière évidente (en République Tchèque) ou sur des *a priori*, pour mettre le destinataire en confiance à travers un discours tourné vers l'organisation, qui consiste souvent à affirmer œuvrer pour la protection du pays dans un encadrement légal.

Enfin, les sites s'affirment comme des points de contact, tant pour le citoyen qui voudrait postuler, que pour le journaliste qui souhaite s'adresser à un éventuel service de presse. Ils sont une vitrine qui donne une visibilité aux institutions qui n'hésitent pas à proposer un numéro de téléphone, une adresse postale ou une adresse mail au destinataire.

La communication des services de renseignement dépend de l'identité de l'organisation et de ce qu'elle cherche à mettre en scène. À côté des éléments constitutifs du discours, il est également intéressant de prendre en compte et d'analyser ce que les institutions étatiques de renseignement ne disent pas. La thèse a mis en évidence qu'il existe un certain nombre de

contraintes listées au cours de la recherche qui consistent à ne pas communiquer sur les opérations actuelles ou récentes, sur les capacités, sur le personnel, sur les partenaires et sur les informations classifiées. En cela, les services de renseignement résolvent l'apparente antinomie qui existe entre le secret et la transparence. En effet, dans le monde ambivalent des services de renseignement qui cultive le secret tout en déployant leurs activités dans un monde ouvert, il existe un ensemble défini de thématiques à propos desquelles il est exclu de parler. Ces thématiques secrètes sont bien souvent explicites et les différents destinateurs s'en expliquent dans leur communication. Est-ce à dire que ces services ne sont pas transparents ? Cette recherche aboutit à l'idée que si la transparence permet d'éviter l'amoralité de certaines actions, elle donne aussi une impression de contrôle falsifié. Dès lors, en détaillant les champs sur lesquels les services ne peuvent communiquer, tout en expliquant les causes d'une telle incapacité, ces services font preuve d'une posture d'ouverture adaptée à l'émergence d'une compréhension de la part de leurs parties prenantes. [635]

[635] NAHON-SERFATY (Is.), *Pour une critique des relations publiques à l'ère de la contingence : fondements d'une pratique alternative*, dans HELLER (Th.), HUËT (R.) et VIDAILLET (B.), sous la dir. de, *Communication & organisation : perspectives critiques*, Villeneuve-d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2013, p. 416-417.

4.3. Limites de la recherche

Cette recherche présente plusieurs biais et plusieurs limites qu'il convient d'établir. Premièrement, les questions liées aux activités des services de renseignement sont révélatrices de problématiques sociétales et politiques profondes, qu'il est tout à fait illusoire de vouloir circonscrire par une simple lecture de sites web. Cependant, il est évident que les sujets communicationnels sont révélateurs de leur histoire et de leur contexte. Afin de fournir une représentation plus exacte de l'image des services, il faudrait également traiter de tous ces aspects. Ainsi, ni la presse, ni les publications scientifiques, ni l'histoire, ni les représentations populaires concernant ce domaine d'activité n'ont été prises en considération dans leur ensemble.

Deuxièmement, le corpus sélectionné est vraisemblablement très ambitieux, mais étant donné son étendue, des choix d'analyse ont été posés. La totalité de ces sites n'a pas été consultée et, pour certains, leur contenu est suffisamment vaste pour y consacrer d'autres thèses. Ainsi, en cherchant à circonscrire les similarités qui existent entre ces différents sites, cette analyse n'a pas rendu compte de façon suffisante des différences qui existent entre chacun des sites étudiés. Par ailleurs, la volonté d'offrir une représentativité mondiale s'est heurtée à des difficultés liées aux langues employées sur les différents sites web et a nécessité un travail de traduction considérable. Ces traductions n'offrent qu'une perception tronquée du discours de chacun de ces sites, puisqu'elles ajoutent un intermédiaire dans le processus d'analyse du corpus.

La méthode envisage l'analyse comme des pistes de lecture et « il faut observer que la sémio-pragmatique des communications de masse tient compte du récepteur en imaginant ses réactions, si possibles multiples, mais sans jamais l'interroger ou même l'observer »[636]. C'est une méthode qui présente des avantages pour l'analyse du corpus sélectionné, mais « l'erreur courante a été de croire que l'on pouvait mettre en relation des structures narratives, du sens, des publics et des attitudes culturelles et sociales »[637]. Et la méthode est également éminemment subjective et trouve son caractère objectivable dans la mise en évidence de schémas récurrents dans les discours des organisations étudiées et dans les stratégies développées.

[636] MAIGRET (E.), *op. cit.*, p. 110.
[637] *Loc. cit.*

Cette recherche n'a pas produit de données concernant les impacts sur l'opinion des sites web des services. De telles études existent (la CIA a réalisé au cours des dernières années une analyse de l'opinion des internautes sur leur site internet, par exemple) mais il est difficile de se les procurer. Cependant, une recherche universitaire sur le sujet ne serait pas dénuée d'intérêt. Les autres modes de communication des services n'ont pas été envisagés, ou de manière très restreinte, bien qu'il existe des ouvrages, conférences, revues spécialisées, dossiers de presse et de nombreux autres outils de communication utilisés par les organismes de renseignement. Le choix de cette recherche consiste à se limiter aux sites web de manière à constituer un corpus de sites internet aussi volumineux que possible, ce qui a posé des contraintes de temps et de moyens ne laissant pas la possibilité d'explorer plus avant les autres modes de communication.

Une autre limite de la recherche réside dans l'extrême mouvance du corpus étudié et dans la vitesse à laquelle évolue le Web, ses technologies et ses pratiques. Si cette thèse permet une appréhension de la communication web des services de renseignement, il faut préciser que les conclusions dégagées l'ont été entre 2015 et 2017. Lorsqu'un lecteur prendra connaissance de ces lignes plusieurs années après qu'elles auront été rédigées, il constatera qu'une partie de cette recherche sera alors probablement obsolète.

4.4. Apports de la recherche

La recherche a permis de mettre en évidence la pertinence de l'utilisation de la méthode sémio-pragmatique dans l'analyse d'un média polysémique et mouvant, permettant de mettre en évidence la relation informatisée et médiatisée entre les différents destinataires et destinateurs. Cette thèse a également fourni des pistes de réflexions concernant le contexte de production des sites étudiés. Elle a envisagé la relation entre destinataires et destinateurs, la production de sens mais pas l'intention du destinateur, ni les effets produits. Son apport s'est concentré sur la mise en évidence de significations probables produites dans leur contexte.

Elle a donné une analyse des images des services et répondu à la question de recherche, en démontrant l'intérêt que peuvent revêtir les entretiens exploratoires, hélas trop peu nombreux. Par ailleurs, les similarités qui existent dans ce type de communication ont été dégagées, tout en proposant une lecture des stratégies qui sous-tendent le discours. Cette thèse a, en outre, mis en évidence la possibilité de considérer le contexte caractérisé par l'émergence d'une société de l'information à laquelle les services doivent s'adapter comme étant favorables à l'émergence et au développement d'une telle communication, tout en fournissant une représentation internationale des services. Enfin, cette recherche montre que ce domaine est propice au développement de recherches ultérieures sur ce sujet, puisque de nombreux aspects n'ont pas été abordés ou ont été seulement effleurés.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Cette recherche montre qu'il existe une réelle homogénéité des sites web des agences de renseignement. Les récurrences s'expliquent, comme cela a été dit précédemment, notamment par l'existence de restrictions techniques, de normes ergonomiques et d'usages en vigueur sur les sites institutionnels. Une comparaison approfondie avec des sites institutionnels issus d'autres secteurs d'activités aurait probablement permis de mettre d'avantage en lumière ce critère. Par ailleurs, il est intéressant de noter que les services issus du monde anglo-saxon s'affirment comme étant les véritables pionniers en matière de communication web dans ce domaine, mettant à disposition des internautes des quantités d'information considérables (voir le site de la CIA) ou mettant à jour le design général du site pour correspondre aux tendances les plus récentes (voir le site du SIS/MI6).

L'analyse du contexte global dans lequel s'inscrit le phénomène de communication web des services de renseignement permet de dégager plusieurs éléments de réflexion qu'il est utile de se remémorer. Il existe une double nécessité pour les organismes étatiques de renseignement de s'adresser au public et d'exister sur Internet. La première relève de la notion de « gouvernance » attachée à l'évolution des sociétés démocratiques qui suppose une certaine transparence des institutions publiques, en ce compris les services de renseignement. Cette gouvernance se traduit également dans l'exigence d'une certaine éthique et d'un contrôle de telles organisations. La communication des services et des organes de contrôle (notamment à travers des rapports d'activités, comme cela se fait en Belgique, par le Comité R, par exemple) permet de rendre visible au citoyen l'existence de ce contrôle et du respect de la légalité des actions entreprises. La deuxième nécessité relève du contexte de la menace terroriste qui pèse sur les États occidentaux et qui a pris une mesure d'une ampleur jusqu'alors inégalée depuis les attentats de septembre 2001. Cette menace incite les services à informer et à rassurer les citoyens quant aux mesures qui sont prises pour lutter contre une telle menace. Cette communication permet également, dans ce cadre, d'infléchir l'opinion publique en vue d'obtenir davantage de moyens économiques ou humains. Ces seuls éléments contextuels n'ont pas engendré la communication numérique des agences de renseignement mais l'ont certainement accélérée. Pour comprendre quelle image est diffusée par les services et pourquoi il existe un ensemble de récurrences dans leur communication web, il est nécessaire de rappeler le champ communicationnel dans lequel ce phénomène s'inscrit et de répertorier les paramètres concomitants qui l'ont engendrée.

La communication des agences de renseignement s'inscrit dans le champ de la communication publique et se caractérise, comme cela a été dit, par un monopole institutionnel et une non-concurrence. Cette communication a pour but d'agir favorablement sur l'opinion publique et d'améliorer l'image des institutions publiques. Pour répondre à la question de savoir quelle image les services tendent à diffuser sur leurs sites web, il convient de se poser la question du contexte de production d'une telle communication. Et si répondre à la question de savoir pourquoi les services de renseignement communiquent sur le Web rend difficile la formulation d'une réponse unique et certaine, force est de constater qu'un ensemble de facteurs a favorisé le développement de telles actions de communication. Énumérer ces facteurs permet également de replacer les caractéristiques de la communication des organismes étudiés dans un ensemble de questionnements auxquels les services doivent faire face afin de mieux cerner les problématiques sous-jacentes au sujet de cette thèse.

La disparition de l'Union soviétique en 1991 a créé une diversification des rapports de force et une évolution vers un monde multipolaire caractérisé par des menaces diffuses et une atténuation de la séparation entre temps de paix et temps de guerre. Les campagnes de relations publiques destinées à rendre le citoyen favorable à des actions politiques et militaires sont conventionnellement nées lors de la première guerre mondiale. De telles actions ont émaillé le XX^{e} siècle.[638] Mais il faut attendre l'après guerre froide pour qu'une initiative soit prise afin de présenter une agence de renseignement favorablement au citoyen par l'usage des relations publiques. C'est dans les années '90 que la CIA décide de s'ouvrir au monde par une campagne de relations publiques, alors que la disparition de la menace communiste laissait planer de nombreuses interrogations sur le devenir de l'Agence et sur son rôle. Le but était donc d'éviter les coupes budgétaires et de personnel tout en améliorant son image. Cependant, l'initiative n'a pas eu, dans un premier temps, l'effet envisagé.[639]

L'émergence des sites web des services de renseignement n'est donc pas un simple effet du 11 septembre 2001. Il est utile de rappeler ici que l'intérêt de la presse et du public pour les affaires

[638] TENCH (R.) et YEOMANS (L.), *Exploring Public Relations*, Prentice Hall, Harlow, 2006, p. 2-16.
[639] RAMOS (R.), art. cit., p. 35.

d'espionnage et pour les « services secrets » remonte, au moins, au XIX[e] siècle. Dès les années 1950, Allen DULLES, Directeur de la CIA, informe la presse des implications de l'Agence dans des opérations clandestines en Iran et au Guatemala, malgré la négation du Gouvernement américain.[640] Quelques années plus tard, en 1966, le *New York Times* publie une enquête de presse sur la CIA[641], ce qui atteste l'intérêt pour les activités de ce service, aux États-Unis, dès ses premières années d'existence. Rétrospectivement, il est possible de dire que les services communiquent parce qu'il existe un ensemble de facteurs favorables et concomitants à l'émergence d'une telle communication. Pour mémoire, le premier site web a été mis en ligne en 1990, Wikipédia en 2001 et Facebook en 2004. Le Web s'est donc construit au cours des années '90 et est devenu un Web participatif, un Web 2.0 au début des années 2000. Internet s'est donc imposé comme un outil de communication de masse et comme un facilitateur pour la communication de nombreuses institutions. Ces mêmes moyens de communication sont détournés par les organisations terroristes et jouent un rôle non négligeable dans le développement de cette menace. Cela participe à l'existence d'« un sentiment général d'insécurité probablement plus grand que pendant la guerre froide, alors que les menaces militaires n'ont jamais été aussi faibles »[642], ce qui conduit à un divorce entre sens et puissance. Sans doute est-il possible de dire que la réconciliation entre la puissance étatique et le sens qui peut lui être donné est au cœur des stratégies de communication mises en place par les services de renseignement.

Il est malgré tout évident que le 11 septembre 2001 est un déclencheur d'importance dans le développement de la communication des services étatiques de renseignement à l'égard du grand public et a joué le rôle de catalyseur. Cependant plusieurs services étaient déjà présents sur le Web avant cette date, tel que le GCHQ qui a lancé son site Web en 1997.[643] Mais le contexte politique et institutionnel, présenté dans cette thèse comme étant caractérisé par le développement d'un modèle étatique postmoderne qui se singularise par l'apparition de contre-pouvoirs privés, l'organisation des citoyens en collectivités qui leur permettent d'avoir un poids sur le processus décisionnel, une remise en cause des institutions et une diversification des rapports de force, offre

[640] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 136.
[641] *Ibid.*, p. 196.
[642] LAÏDI (Z.), art. cit., p. 3.
[643] Cette recherche n'a malheureusement pas été à même de produire les dates de création de chacun des sites internet étudiés.

un environnement propice à l'apparition de la communication des services de renseignement. En même temps, celle-ci est probablement un symptôme de cet État postmoderne qui consacre l'inadéquation du modèle d'État nation face à la mondialisation.[644]

Parallèlement, la place de l'opinion publique dans le paysage politique et ses méfiances à l'égard de l'État et de ses institutions n'ont cessé de croître à cause, notamment, des multiples scandales politiques abondamment médiatisés qui ont été cités dans le développement de cette recherche. Les institutions étatiques cherchent donc, dans ce cadre, à rétablir la confiance et le dialogue avec le public. Ces organismes, en ce compris les services de renseignement, se trouvent questionnés par la presse ou les collectivités de citoyens, ce qui peut remettre en cause leur légitimité ou même leur existence. Ces principes ne trouvent un écho que dans les États démocratiques ou partiellement démocratiques dans lesquels le contrôle des organismes de renseignement et l'explication de leur fonctionnement peuvent être envisagés. En effet, il a été dit que la communication des services sur le Web n'est pas du seul fait d'États démocratiques ou d'États occidentaux, mais est également envisageable dans le monde entier, y compris dans des démocraties imparfaites (Israël, Afrique du Sud, Inde, par exemple) ou régimes hybrides (Turquie, Ukraine, etc.). Mais il est vrai que le respect des normes démocratiques va souvent de pair avec une certaine transparence des institutions. La nécessité de communiquer pour les services repose donc largement sur une logique duale qui est, d'une part, de se montrer comme étant une institution démocratique caractérisée par une certaine éthique et un contrôle des activités défini par la loi et, d'autre part, de fournir une réponse à l'inquiétude des populations face aux nouvelles menaces.

Quelle image est diffusée par les services ? À nouveau, il est difficile de fournir une réponse unique à cette question. Cependant, cette thèse a mis en évidence des traits récurrents dans la communication web des organismes étudiés. Ces services cherchent vraisemblablement à communiquer à propos de leur identité en vue d'améliorer leur image, en mobilisant un moyen de communication banal dans ce qu'il est convenu d'appeler la communication institutionnelle : un site internet *corporate* qui s'adresse à un public large, en vue de favoriser l'adhésion des parties prenantes. Étant donné que la création d'un site web est devenue pratiquement systématique pour

[644] LAÏDI (Z.), art. cit., p. 2-3.

chaque nouvelle organisation, il semble que les sites permettent d'exister aux yeux du monde et d'occuper le terrain.

La promotion d'une certaine image et la diffusion de l'identité organisationnelle passent par un certain nombre d'orientations stratégiques, plus ou moins prononcées selon les sites. Cette thèse en a identifié six : informer, justifier, crédibiliser, avertir, apprendre et recruter. L'information passe par l'exposition de l'identité de l'organisation et de ses missions à travers des questions, habituelles de ce type de site, telles que « qui sommes-nous » ou « que faisons-nous ». La justification passe notamment par la mobilisation d'un certain nombre de valeurs qui participent à la constitution d'un système cohérent de référence, appelé « monde possible ». Cette justification permet d'étayer le rôle sociétal de l'institution et d'emporter l'adhésion des parties prenantes. L'organisation, à travers la présentation de son identité, mobilise également des aspects visant à étayer sa crédibilité qui reposent sur son héritage historique et la légalité (respect de la loi, contrôle). La communication des services donne à voir un aspect d'avertissement à travers l'exposition des menaces (terrorisme, espionnage, par exemple) auxquelles le service fait face et en développant, à travers leurs visions du monde respectives, quelles sont les actions à réaliser ou réalisées antérieurement pour faire face efficacement à de telles menaces. Les organisations étudiées cherchent également à favoriser la compréhension du métier de renseignement en mettant à disposition des publics des données à vocation didactique. Cet aspect trouve une résonnance particulière lorsque le site permet la promotion de revues spécialisées sur le renseignement ou incite des étudiants à participer à certains programmes de stage. Enfin, certains services ont recours à Internet pour recruter et publient des offres d'emploi ou donnent à l'internaute les conditions d'admission à remplir avant de pouvoir postuler auprès de leur institution.

L'analyse des valeurs développée dans la troisième partie de cette recherche montre qu'il existe un questionnement important relatif à l'éthique des services de renseignement et à leur transparence dans une société post-moderne. L'analyse sémiotique apporte une structure pertinente à même de dégager un ensemble d'éléments permettant d'appréhender cette question. En effet, l'analyse a proposé des pistes permettant de caractériser les mondes possibles mobilisés dans la dynamique discursive des contenus étudiés. Ces mondes se donnent à voir à travers la construction identitaire des organismes, l'affirmation de valeurs et l'assurance d'accomplir certaines actions

dans une finalité déterminée. Si l'analyse a affirmé que les services de renseignement sont les sujets de leurs propres discours, une autre interprétation consiste à dire que c'est l'État qui est le sujet des discours analysés. L'objet de la quête de ce sujet demeure la protection de ses intérêts et cette quête est commanditée par l'État lui-même. Les menaces listées par les organismes s'imposent toujours comme autant d'opposant à cette quête, tandis que les services de renseignement sont une sorte d'« adjuvant universel ».

Les sites web montrent des similarités en termes de contenu et d'interface. Celles-ci s'expliquent par l'uniformisation des contenus liée à l'ergonomie, aux contraintes techniques, aux règles d'écriture web, à l'existence de CMS permettant une création de sites aisée et à la maturation du média concerné. Les sites se doivent d'être identifiable visuellement et de répondre aux questions basiques que peuvent se poser les internautes qui arrivent sur une des pages : « de quel site s'agit-il », « qu'est-ce qui est proposé », « de quoi est-il question », « quelle est cette organisation », etc. Il n'y a donc pas de modèle récurrent, mais plutôt une similarité structurelle et des redondances en matière de catégories thématiques de contenus. L'évolution des sites analysés semble montrer une évolution vers moins de textes et vers des sites dans lesquels l'impact visuel acquiert une plus grande importance. Parmi les autres récurrences qui ont été relevées, les organisations semblent partager un même ensemble de valeurs, identifier des menaces similaires, partager une vision du monde relativement semblable et proposent sur leurs sites une iconographie analogue.

Les œuvres fictionnelles et le contexte culturel jouent un rôle dans la conception du métier de renseignement, c'est certain. Cela a été dit : la fiction, qu'elle soit littéraire ou cinématographique, et l'histoire du renseignement ont contribué à façonner une certaine image du renseignement. Une des raisons est vraisemblablement l'aspect secret de ce domaine d'activité qui nourrit les fantasmes. Les services, à travers leur communication, n'hésitent pas à en jouer en proposant une iconographie conforme à la représentation populaire de ce métier ou des artéfacts qui y sont associés (comme les satellites, les quartiers généraux, etc.). Cependant, certains organismes utilisent également ces poncifs comme levier pour démystifier leurs activités. Ainsi, la défictionnalisation et l'humanisation du discours (en recourant aux témoignages, ou à la figure du directeur) contribuent à replacer l'institution dans la réalité et à favoriser la compréhension du

renseignement par les publics visés. En cela, il est possible de dire que les sites web peuvent contribuer à l'essor d'une culture du renseignement, lorsque ce type de communication s'accompagne d'autres initiatives telles que la publication de revues spécialisées et de rapports annuels, le renforcement des relations avec la presse, de l'usage des médias sociaux de manière à favoriser le dialogue, l'encouragement de la recherche sur le domaine, etc.

Le contenu des sites est limité par un certain nombre de règles auxquels les services se conforment : le secret, d'une part, et le *need to know*, d'autre part. Ces deux principes empêchent *a minima* les organismes de renseignement étatiques de parler des opérations actuelles ou récentes, des capacités et du personnel (identités, sources). Aussi, l'antinomie apparente qui semble exister entre le secret et la transparence se trouve résolu dans une posture d'ouverture clairement balisée. Les impératifs démocratiques auxquels les services semblent devoir se conformer, tout en assurant la sécurité de ses membres et l'efficacité de ses actions ne sont donc pas mises à mal par les initiatives de communication existantes. Celles-ci, au contraire, permettent de légitimer auprès des citoyens les motifs qui justifient le secret de leurs activités et le rendent acceptable. Ainsi, « s'il faut souhaiter et prôner l'ouverture des services […], une véritable transparence des services ne pourrait *in fine* conduire qu'à une mise à mal du système »[645].

Dans le traitement de la conflictualité, l'aspect discursif des sites est caractérisé par une logique argumentative duale basée sur l'opposition entre menaces et protection, dont les menaces représentées sont le plus souvent abstraites et générales, et rarement incarnées dans des acteurs précis. Il est possible de dire que les sites proposent une limitation de la conflictualité aux « menaces », en proposant une harmonie avec les parties prenantes contre ces menaces. Cette caractéristique des sites tend à laisser percevoir une vision consensuelle de la réalité, en exposant en filigrane le consensus qui existe à propos des menaces listées. Est-ce que cette dominante du discours relève d'une forme d'idéologie consensualiste, comme la question a été posée précédemment ? Il est vrai que la présentation des parties prenantes comme un ensemble harmonieux, l'utilisation de quelques syntagmes figés et de présupposés, ainsi que l'apparente aseptisation de la dimension conflictuelle renvoient à une forme d'idéologie consensualiste. Est-il donc possible d'en déduire que la communication des sites web étudiés serait de la propagande ?

[645] STANS (D.), *op. cit.*, p. 44.

Malgré la difficulté d'utilisation de cette catégorie à laquelle de nombreux auteurs reprochent la subjectivité, cette thèse permet de mettre en évidence un certain nombre d'éléments qui montrent qu'une large majorité des sites étudiés présente des caractéristiques de discours propagandiste, au sens défini dans la deuxième partie de cette thèse (voir page 133). En effet, le discours se base sur un certain nombre de mythes étayant leur justification et ayant pour but d'inciter le destinataire à réaliser certaines actions. Cependant, il convient de rappeler que les messages ne sont pas tout-puissants et que les destinataires ne sont pas nécessairement coopératifs et qu'il peut exister un grand nombre de raisons probables au refus d'agir de ces derniers, raisons sur lesquelles les messages n'ont pas nécessairement d'impact.

Dans un autre registre, savoir quelle part représente la communication web des services dans leur communication ou établir un parallèle entre le développement de la communication et du contrôle parlementaire, chercher à trouver des corrélations entre l'apparition de la menace terroriste et l'augmentation de la communication des services, figurent parmi les inachèvements de cette recherche qu'il serait utile de pallier. Cependant, cette recherche s'est limitée à l'analyse de trente-et-un sites web à l'aide d'une méthode qualitative non exhaustive. Il est toutefois clair que les recherches en communication sur le sujet pourraient être nombreuses et il ressort de cette thèse que la démarche envisagée n'a permis que de lancer un certain nombre de réflexions supplémentaires qu'il serait utile d'explorer. Par exemple, il aurait été intéressant de se pencher davantage sur la comparaison entre des sites institutionnels d'entreprises et ceux des services, ou encore de chercher à savoir s'il est possible de mesurer l'impact ou les effets d'une telle communication.

Pour finir, il est juste de dire que « le renseignement demeure une information et une activité secrètes mais n'est désormais plus une organisation secrète »[646] et que les services étatiques de renseignement ont adopté une posture d'ouverture évidente. Il n'en reste pas moins vrai que ces organismes œuvrent dans un cadre juridique spécifique et ne peuvent donc pas être considérés comme des administrations ordinaires.[647] Les sites permettent de mettre à disposition du public un certain nombre d'informations de manière à favoriser la compréhension de ce secteur d'activité et, pourquoi pas, de faciliter l'émergence d'une culture du renseignement.

[646] COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 55.
[647] *Ibid.*, p. 41.

6. BIBLIOGRAPHIE

6.1. Communication

6.1.1. Ouvrages

AUGÉ (E.), *Petit traité de propagande à l'usage de ceux qui la subissent*, Bruxelles, De Boeck, coll. « Culture & Communication », 2007.

AMOSSY (R.), *L'argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin, 2010.

BARATS (Ch.), *Manuel d'analyse du Web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, 2013.

BARTHES (R.), *L'aventure sémiologique*, Paris, Éditions du Seuil, 1985.

BARTHES (R.), *L'Empire des signes*, Paris, Flammarion, 1984.

BARTHES (R.), *Mythologies*, Paris, Éditions du Seuil, 1957.

BEAUCHAMP (M.), sous la dir. de, *Communication publique et société. Repères pour la réflexion et l'action*, Boucherville, Gaëtan Morin éditeur, 1991.

BILLIET (S.), *Les relations publiques. Refonder la confiance entre l'entreprise, les marques et leurs publics*, Paris, Dunod, 2009.

BOLTANSKI (L.) et THÉVENOT (L.), *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.

BONNAFOUS-BOUCHER (M.) et DAHL RENDTORFF (J.), *La théorie des parties prenantes*, Paris, La Découverte, 2014.

BOUTAUD (J-J.), *Sémiotique et communication*, Paris, L'Harmattan, coll. « Champs Visuels », 1998.

BRAULT (Y.), *Concevoir et déployer ses sites web avec Drupal*, Paris, Éditions Eyrolles, 2009.

CANIVET-BOURGAUX (I.), *Bien rédiger pour le Web. Stratégie de contenu pour améliorer son référencement naturel*, Paris, Eyrolles, 2009.

CHALIAND (G.), sous la dir. de, *La persuasion de masse. Guerre psychologique, guerre médiatique*, Paris, Robert Lafond, 1992.

CHOMSKY (N.) et MCCHESNEY (R. W.), *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Les éditions écosociété, 2004.

DAVALLON (J.), sous la dir.de, *L'économie des écritures sur le Web. Vol 1. Les traces d'usage dans un corpus de sites de tourisme*, Paris, Hermès Sciences-Lavoisier, 2012.

DE BONVILLE (J.), *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*, Bruxelles, De Boeck, 2000.

DE TERVARENT (G.), *Attributs et symboles dans l'art profane : Dictionnaire d'un langage perdu (1450-1600)*, Genève, Librairie Droz, 1997.

DOUGLAS (M.), *Comment pensent les institutions*, Paris, Éditions La Découverte et Syros, 1999.

ECO (U.) et BOUZAHER (M.), *Sémiotique et philosophie du langage*, Paris, Presses universitaires de France, 2001.

ECO (U.), *La production des signes*, Paris, Livre de Poche, 1992.

EDELINE (Fr.), KLINKENBERG (J.-M) et MINGUET (Ph.), *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image*, Paris, Éditions du Seuil, 1992.

ELLUL (J.), *Propagandes*, Paris, Economica, 1990.

FLOCH (J.-M.), *Identités visuelles*, Paris, Presses Universitaires de France, 1995.

FRANCQ (P.), *Internet. Tome 1. La construction d'un mythe*, Bruxelles, EME Éditions, 2012.

FRANCQ (P.), *Internet. Tome 2. Le caractère fétiche*, Bruxelles, EME Éditions, 2012

GERVEREAU (L.), *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris, Éditions La Découverte, 2004.

HELLER (Th.), HUËT (R.) et VIDAILLET (B.), sous la dir. de, *Communication & organisation : perspectives critiques*, Villeneuve-d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2013.

JOLY (M.), *Introduction à l'analyse de l'image*, Paris, Armand Colin, 2009.

JOLY (M.), *L'image et les signes*, Paris, Armand Colin, 2011.

KAPFERER (J.-N.), *Les chemins de la persuasion. Le mode d'influence des médias et de la publicité sur les comportements*, Paris, Gauthier-Villars, 1978.

KLINKENBERG (J.-M.), *Précis de sémiotique générale*, Paris, Éditions du Seuil, 2000.

KRIEG-PLANQUE (A.), *Analyser les discours institutionnels*, Paris, Armand Colin, 2012.

LE MOIGNE (J.-L.), *Les épistémologies constructivistes*, Paris, Presses Universitaires de France, 2007, coll. « Que sais-je? ».

LIBAERT (Th.) et JOHANNES (K.), *La communication corporate*, Paris, Dunod, 2016.

LIBAERT (Th.) et WESTPHALEN (M.-H.), *Communicator. Toute la communication d'entreprise*, Paris, Dunod, 2009.

LIBAERT (Th.), *La transparence en trompe-l'œil*, Paris, Descartes & Cie, 2003.

MAIGRET (E.), *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Collin, 2010.

MAINGUENEAU (D.), *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Éditions du Seuil, 2009.

MATTELART (A.) et MATTELART (M.), *Histoire des théories de la communication*, Paris, Éditions La Découverte, 1997.

MEUNIER (J.-P.) et PERAYA (D.), *Introduction aux théories de la communication*, Bruxelles, De Boeck, 2004.

MEYER (M.), *La rhétorique*, Paris, Presses Universitaires de France, 2004, coll. « Que sais-je? ».

NIELSEN (J.) et TAHIR (M.), *L'art de la page d'accueil. 50 sites web passés au crible*, Editions Eyrolles, Paris, 2002.

NYSENHOLC (A.) et GERGELY (Th.), *Information et persuasion. Argumenter*, Bruxelles, De Boeck, 2000.

PASTOUREAU (M.) et SIMONNET (D.), *Le petit livre des couleurs*, Paris, Éditions du Seuil, 2014.

QUIVY (R.) et VAN CAMPENHOUDT (L.), *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Dunod, 2006.

REMY (J.) et RUQUOY (D.), sous la dir. de, *Méthodes d'analyse de contenu et sociologie*, Bruxelles, Facultés universitaires Saint-Louis, 1990,

RIEBER (A.), *Art, histoire et signification. Un essai d'épistémologie d'histoire de l'art autour de l'iconologie d'Erwin Panofsky*, Paris, L'Harmattan, 2012.

ROGNON (Fr.), *Jacques Ellul. Une pensée en dialogue*, Labor et Fides, Genève, 2007.

ROUQUETTE (S.), *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cyberesp@ce*, Bruxelles, De Boeck, 2009.

SEMPRINI (A.), sous la dir. de, *Analyser la communication 2. Comment analyser la communication dans son contexte socioculturel*, Paris, L'Harmattan, 2007.

SIMMEL (G.), MULLER (S.) et WATIER (P.), *Secret et sociétés secrètes*, Strasbourg, Circé, 1991.

TENCH (R.) et YEOMANS (L.), *Exploring Public Relations*, Prentice Hall, Harlow, 2006.

WOLTON (D.), *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Flammarion, 2000.

6.1.2. Articles scientifiques

ANGERMÜLLER (J.), *Qu'est-ce que le poststructuralisme français ? A propos de la notion de discours d'un pays à l'autre*, dans *Langage et société*, n°120, Maison des sciences de l'homme, [En ligne], 2007.

AMOSSY (R.), *Argumentation et Analyse du discours : perspectives théoriques et découpages disciplinaires*, dans *Argumentation et Analyse du Discours*, n°1, [En ligne], 2008.

BAJOLET (B.), *Communiquer pour expliquer et pour rassurer*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

BESSIÈRES (D.), *La définition de la communication publique : des enjeux disciplinaires aux changements de paradigmes organisationnels*, dans *Communication et organisation*, n°35, 2009.

BOISTEL (Ph.), *La réputation d'entreprise. Un impact majeur sur les ressources de l'entreprise*, dans *Management & Avenir*, n°17, [Cormelles-le-Royal], Management Prospective Éditions, 2008.

BOUTAUD (J.J.), *Sémiotique et communication : un malentendu qui a bien tourné*, dans *Hermès*, n°38, 2004,

BOUTAUD (J.-J.) et BERTHELOT-GUIET (K.), *La vie des signes au sein de la communication : vers une sémiotique communicationnelle*, dans *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°3, [En ligne], 2013.

BULINGE (Fr.) et MOINET (N.), *Introduction*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

BULINGE (Fr.*), Logos et insignes dans le monde du renseignement entre nécessité de se taire et besoin de le dire*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

BULINGE (Fr.), *Renseignement et politique de sécurité. Un paradoxe orwellien*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

CATELLANI (A.) et VERSEL (M.), *Les applications de la sémiotique à la communication des organisations. Entre sémiotique et SIC : témoignages de rencontres, croisements et hybridations*, dans *Communication & Organisation*, n°39, 2011.

CATELLANI (A.), *La justification et la présentation des démarches de responsabilité sociétale dans la communication corporate : notes d'analyse textuelle d'une nouvelle rhétorique épidictique*, dans *Études de communication*, n°37, [En ligne], 2011.

CATELLANI (A.), *Un apport sémiotique aux approches critiques de la communication. Notes sémio-rhétoriques sur le discours environnementaliste et sur la critique on-line du greenwashing*, dans

HELLER (Th.), HUËT (R.) et VIDAILLET (B.), sous la dir. de, *Communication & organisation : perspectives critiques*, Villeneuve-d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2013.

CHARAUDEAU (P.), *Pathos et discours politique*, dans RINN (M.), sous la dir. de, *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2008.

CHARAUDEAU (P.), *Quand l'argumentation n'est que visée persuasive. L'exemple du discours politique*, dans BURGER (M.) et MARTEL (G.), *Argumentation et communication dans les médias*, Québec, Éditions Nota Bene, 2005, coll. « Langue et pratiques discursives ».

DE SAINT-GEORGES (P.), *Penser la communication interne des entreprises et des organisations*, dans *Recherches en communication*, n°34, Louvain-la-Neuve, Université catholique de Louvain, 2010.

DONDERO (M. G.), *Pour une approche sémiotique des pratiques* éthiques, dans *Protée*, vol. 36, n°2, [En ligne], 2008

ELLUL (J.), *Responsabilités de la propagande*, dans *Topique*, 2010/2, n°111, 2010.

FONDIN (H.), *La science de l'information : posture épistémologique et spécificité disciplinaire*, dans *Documentaliste-Sciences de l'Information*, vol. 38 n°2, ADBS, [En ligne], 2001.

GAUTHIER (G.), *Critique du constructivisme en communication*, dans *Questions de communication*, n°3, 2003.

GITLIN (T.), *Illusions de transparence, ambiguïtés de l'information. Remarques sur la mondialisation des communautés éphémères*, dans *Réseaux*, n°76, [En ligne], 1996.

GUSSE (I.), *Mythes modernes, propagande et communications publicitaires de l'armée canadienne en 2010*, dans *Global Media Journal – Edition canadienne*, Volume 8, Numéro 1, Ottawa, 2015.

HARBULOT (Ch.), *Le monde du renseignement face à la guerre de l'information*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

HARE (I.) et TOUBOUL (A.), *Communiquer sur le secret*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

HELLER (Th.), *L'invisible de l'image*, dans *Communication et organisation*, n°34, 2008.

JEANNERET (Y.) et SOUCHIER (E.), *L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran*, dans *Communication et langages*, n°145, [En ligne], 2005.

JETTÉ (Ch.), *Une interprétation de l'économie des grandeurs. Cité par projets : ferment pour un nouvel esprit du capitalisme*, dans *Cahiers du CRISES*, n°ET0107, Centre de recherche sur les innovations sociales, Coll. Études théoriques, 2001.

JULIA (J.-Th.), *Interactivité, modes d'emploi. Réflexions préliminaires à la notion de document interactif*, dans *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2003/3 Vol. 40, 2003.

LAMENDOUR (E.), *Sous la légende. Le récit inédit du renseignement français*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n° 76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

LEMIEUX (C.), *Peut-on ne pas être constructiviste ?*, dans *Politix*, n°100, 2012.

MULLENBACH-SERVAYRE (A.), *L'apport de la théorie des parties prenantes à la modélisation de la responsabilité sociétale des entreprises*, dans *La Revue des Sciences de Gestion*, n°223, 2007.

MURZILLI (N.), *De l'usage des mondes possibles en théorie de la fiction*, dans *Klesis*, n°24, 2012.

OGER (Cl.) et OLLIVIER-YANIV (C.), *Du discours de l'institution aux discours institutionnels : vers la constitution de corpus hétérogènes*, Dixième Colloque bilatéral franco-roumain (28 juin-3 juillet 2003), Bucarest, Université de Bucarest, [En ligne], 2003.

PANIER (L.), *Une posture éthique en deça des valeurs ?*, dans *Protée*, Vol. 36, n°2, [En ligne], 2008,

PERAYA (D.), *Internet, un nouveau dispositif de médiation des savoirs et des comportements*, Actes des Journées d'études « Éduquer aux médias à l'heure du multimédia », 8 et 9 décembre 1999, Conseil de l'éducation aux médias, Bruxelles, 2000.

RAMOS (R.), *La CIA et les dividendes de la paix. L'ouverture du renseignement américain au lendemain de la guerre froide*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

ROCKMORE (T.), *Hegel et le constructivisme épistémologique*, dans *Revue de métaphysique et de morale*, n°53, Paris, Presses Universitaires de France, 2007.

ROUQUETTE (S.), *Sémiotique d'un hypermédia efficace*, dans *HAL archives-ouvertes.fr*, [En ligne], 2013.

SEMPRINI (A.), *Répétition, réalité, mondes possibles*, dans *Protée*, vol. 38, n°2, [En ligne], 2010.

SILBERZAHN (Ph.), *Identité, culture organisationnelle et surprises stratégiques : l'exemple de la CIA*, dans *Le journal de l'école de Paris du management*, n°109, [En ligne], 2014.

WAGNER (F.), *Du structuralisme au post-structuralisme*, dans *Études littéraires*, vol. 36, n°2, [En ligne], 2004.

WOLTON (D.), *Avant-propos*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Editions, 2016.

6.1.3. Thèses et mémoires

FERRO (C.), *L'image des services de renseignement et de sécurité. France, Royaume-Uni, Allemagne et Belgique*, thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de BARRAT (J.), Paris, Université Panthéon-Assas Paris II, 2012.

TORRES VITOLAS (M.A.), *Approche sémiopragmatique de pratiques nées de la réception médiatique*, thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de MOLINIER (P.) et MPONDO-DICKA (P.), Toulouse, Université de Toulouse, 2011.

TRUDEL (E.), *Sémantique des sites web de restaurants : analyse de productions polysémiotiques*, thèse de Doctorat en Lettres, sous la direction de LEBLANC (B.) et HÉBERT (L.), Trois-Rivières, Université du Québec à Trois-Rivières, 2013.

6.1.4. Sources électroniques

PEW RESEARCH CENTER, *Social Media Update 2016. Facebook usage and engagement is on the rise, while adoption of other platforms holds*, 11 novembre 2016, [En ligne], <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/> (Page consultée le 7 janvier 2018).

6.1.5. Notes de cours

VAN CAMPENHOUDT (L.), *Structures sociales et pouvoir* [notes prises dans le cours SOC 2015], Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve, 17 mai 2010.

6.2. Renseignement

6.2.1. Ouvrages

BARUCH (M.O.) et DUCLERT (V.), sous la dir. de, *Serviteurs de l'État. Une histoire politique de l'administration française (1875-1945)*, Paris, Éditions La Découverte, 2000, coll. « Espace de l'histoire ».

BAUD (J.), *Encyclopédie du renseignement et des services secret*, Paris, Lavauzelle, 1997.

BULINGE (Fr.), *De l'espionnage au renseignement. La France à l'âge de l'information*, Paris, Magnard-Vuibert, 2012.

COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *Renseigner les démocraties, renseigner en démocratie*, Paris, Odile Jacob, 2015.

DANINOS (Fr.), *CIA. Une histoire politique de 1947 à nos jours*, Paris, Éditions Tallandier, 2011.

DENÉCÉ (E.) et ARBOIT (G.), *Histoire mondiale de l'espionnage*, Rennes, Éditions Ouest-France, 2010.

DENÉCÉ (E.), *Le nouveau contexte des échanges et ses règles cachées. Information, stratégie et guerre économique*, Paris, L'Harmattan, 2001.

DENÉCÉ (E.), *Les services secrets. Tout comprendre*, Paris, Éditions E/P/A, 2008.

DENÉCÉ (E.), *Renseignement et contre-espionnage. Actions clandestines, technologies, services secrets*, Paris, Hachette Pratique, 2008.

DENÉCÉ (E.), sous la dir. de, *Renseignement, médias et démocratie*, Paris, Ellipses, 2009.

GARAPON (H.), *Vagabondages très spéciaux. Souvenirs d'un agent secret*, Paris, Les Éditions du Scorpion, 1956.

KOZOVOÏ (A.), *Les services secrets russes. Des tsars à Poutine*, Paris, Tallandier 2010.

SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), *Les héritiers du KGB. Enquête sur les nouveaux boyards*, Paris, François Bourin, 2011.

6.2.2. Articles scientifiques

ANGIBAULT (J.-L.), *Du renseignement à l'intelligence stratégique*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

ARBOIT (G.), *Une brève histoire contemporaine du renseignement français*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

BEAU (Fr.), *Culture du renseignement et théories de la connaissance*, dans *Revue internationale d'intelligence économique*, 2010/1, vol. 2, Lavoisier, 2010.

COLONNA (A.), *Les nouveaux espions du Kremlin*, dans *Outre-Terre*, n°19, Paris, Glyphe, [En ligne], 2007.

ERICSON (P.G.), *The need of ethical norms. A personal perspective*, dans BOATNER (H.L.), sous la dir. de, *Studies in Intelligence*, vol. 36, n°5, Washington, 1992.

HAYEZ (Ph.), *L'effet Snowden. Les politiques du renseignement dans les démocraties*, dans *Le Débat*, n°181, Gallimard, [En ligne], 2014.

HEDLEY (J. H.), *The CIA'S new openness*, dans *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, Volume 7, [s.l.], 1994.

HUYGHE (Fr.-B.), *Le fanatisme ne se réduit pas à des données. Renseignement contre djihadisme*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016.

MAGEN (C.) et GILBOA (E.), *Communicating From Within the Shadows: The Israel Security Agency and the Media*, dans *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, Volume 27, [s.l.], 2014.

OMAND (D.), *Élaboration des politiques nationales de lutte contre le terrorisme*, dans *Études & débats*, n°4, Paris, 2011.

SILBERZAHN (Ph.), *Identité, culture organisationnelle et surprises stratégiques : l'exemple de la CIA*, dans *Le journal de l'école de Paris du management*, n°109, [En ligne], 2014.

VADILLO (F.), *Une loi relative aux services de renseignement : l'utopie d'une démocratie adulte ?*, dans *Fondation Jean Jaurès*, note n°130, Paris, 2012.

VAN OUTRIVE (L.), *Les services de renseignement et de sécurité*, dans *Courrier hebdomadaire du CRISP*, n°1660-1661, Bruxelles, CRISP, [En ligne], 1999.

WARNER (M.), *Wanted : A definition of « Intelligence »*, dans *Studies in Intelligence*, Vol. 46, No. 3, [En ligne], 2002.

6.2.3. Publications institutionnelles

INTELLIGENCE AND SECURITY COMMITTEE OF PARLIAMENT, *Women in the UK intelligence community*, Londres, 2015, [En ligne], < http://isc.independent.gov.uk/committee-reports/special-reports> (Page consultée le 13 septembre 2015).

SENATE SELECT COMMITTEE ON INTELLIGENCE, *Committee Study of the Central Intelligence Agency's Detention and Interrogation Program*, 13 décembre 2012 (déclassifié le 3 décembre 2014), [En ligne], <http://www.intelligence.senate.gov/study2014/sscistudy1.pdf> (Page consultée le 9 janvier 2015).

[US DEPARTMENT OF DEFENSE], *Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. 8 November 2010 (As Amended Through 15 February 2016)*, [s.l.], 2016.

6.2.4. Articles de presse

BOVÉ (L.), *Comment la Sûreté de l'État pourrait-elle être plus transparente ?*, dans *L'ECHO*, 25 avril 2015.

DURIEZ (R.), *Ce que l'on sait du renseignement pays par pays*, dans *Slate*^{FR}, 25 juin 2015, [En ligne], <http://www.slate.fr/story/103427/budget-renseignement-pays-par-pays> (Page consultée le 19 août 2015).

FOLLOROU (J.), *Collecte de données : « Nous avons renforcé les moyens de contrôle »*, dans *LeMonde.fr*, 23 septembre 2015, [En ligne], <http://www.lemonde.fr/societe/article/2015/09/23/nous-venons-d-une-zone-de-non-droit-en-matiere-d-activites-des-services-de-renseignement_4768325_3224.html> (Page consultée le 24 septembre 2015).

GELLMAN (B.) et MILLER (G.), *'Black budget' summary details U.S. spy network's successes, failures and objectives*, dans *The Washington Post*, 29 août 2013 [En ligne], <http://www.washingtonpost.com/world/national-security/black-budget-summary-details-us-spy-networks-successes-failures-and-objectives/2013/08/29/7e57bb78-10ab-11e3-8cdd-bcdc09410972_story.html> (Page consultée le 27 octobre 2014).

HURRIYET DAILY NEWS , *Turkish gov't takes a step back on intel bill upon harsh criticism*, 23 février 2014, [En ligne], <www.hurriyetdailynews.com/Default.aspx?pageID=238&nID=62813&NewsCatID=338>, (Page consultee le 31 décembre 2015).

HUYGHE (Fr.-B.), *La CIA débarque sur Twitter : une démarche qui n'a rien d'étonnant (bien au contraire)*, dans *L'OBS*, 10 juin 2014, [En ligne],

<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1212635-la-cia-debarque-sur-twitter-une-demarche-qui-n-a-rien-d-etonnant-bien-au-contraire.html> (Page consultée le 11 septembre 2015).

JONES (O.), *Jugez les États-Unis, pas Bradley Manning !*, dans *Courrier International*, n°1179, 2013.

KUZIO (T.), *The security service of Ukraine (SBU)*, 4 février 2014, [En ligne], <http://www.rieas.gr/images/tarask.pdf> (Page consultée le 15 octobre 2015).

OMAND (D.), *Edward Snowden's leaks are misguided they risk exposing us to cyber-attacks*, dans *The Guardian*, 26 septembre 2013, [En ligne], <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/sep/26/edward-snowden-leaks-misguided-cyber-attacks> (Page consultée le 9 janvier 2015).

ROUSSEL (V.), *Que se trame-t-il au Petit Journal de Yann Barthès ?*, dans *La Libre.be*, 23 mars 2015, [En ligne], <http://www.lalibre.be/culture/medias-tele/que-se-trame-t-il-au-petit-journal-de-yann-barthes-550efd7b3570c8b952c31632> (Page consultée le 11 septembre 2015).

SEQUEIRA (C.D.), *Como funciona o Serviço Secreto Brasileiro*, dans *Istoé Independente*, 14 novembre 2012, [En ligne], <www.istoe.com.br/reportagens/254013_COMO+FUNCIONA+O+SERVICO+SECRETO+BRASILEIRO>, (Page consultée le 31 décembre 2015).

THE NEW YORKER, *The 2014 New Yorker Festival. Edward Snowden. A virtual interview with Jane Mayer*, 11 octobre 2014, [En ligne], <https://youtu.be/fidq3jow8bc> (Page consultée le 15 juillet 2015).

TUAL (M.), *L'essentiel de la loi sur le renseignement jugé conforme à la Constitution*, dans *LeMonde.fr*, 23 juillet 2015, [En ligne], <http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/07/23/le-conseil-constitutionnel-censure-trois-articles-de-la-loi-sur-le-renseignement_4696112_4408996.html> (Page consultée le 24 septembre 2015).

T24, *MİT'in personel sayısı ilk kez açıklandı*, 23 février 2014, [En ligne], <http://t24.com.tr/haber/mitin-personel-sayisi-ilk-kez-aciklandi,251793> (Page consultée le 31 décembre 2015).

VILLIERS (M.), sous la dir. de, *L'espionnage : 4000 ans de manipulations*, dans *Les Cahiers de Science & Vie*, n°161, Paris, Mondadori France, 2016.

6.2.5. Sources électroniques

DENÉCÉ (E.), *Les moyens insuffisants du renseignement français*, 1 mai 2011, [En ligne], <http://www.cf2r.org/fr/editorial-eric-denece-lst/les-moyens-insuffisants-du-renseignement-francais.php> (Page consultée le 19 août 2015).

LE PETIT JOURNAL, *Spéciale « Le Bureau des Légendes »*, BARTHÈS (Y.), *Canal +*, 27 avril 2015 [En ligne], <http://www.canalplus.fr/c-emissions/c-le-petit-journal/pid6515-le-petit-journal.html?vid=1255545>, (Page consultée le 14 mai 2015).

6.2.6. Rapports de recherche

BRELSFORD (P.), *White paper. Employing a social media monitoring tool as an OSINT platform for Intelligence, Defense & Security*, 8 juillet 2015, [En ligne], New York, Talkwalker.

6.2.7. Interviews

Entretien avec le Directeur adjoint du Service de Renseignement de l'État du Luxembourg, 23 avril 2014.

Entretien avec différents fonctionnaires du Service Général de Renseignement et de Sécurité (Belgique), 30 juillet 2014.

Entretien avec FEDOROVSKI (V.), Écrivain et ancien diplomate russe, 24 février 2013.

Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016.

Entretien avec le *Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica* (Italie), service Comunicazione istituzionale, 27 juin 2014.

Entretien avec RAPAILLE (G.), Président du Comité permanent de Contrôle des services de renseignement et de sécurité (Belgique), 27 mars 2015.

Entretien avec SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), Journalistes d'investigation et experts en services de sécurité russes, 17 février 2013 (traduit du russe).

Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la DGSE, 19 février 2014.

6.3. Sciences politiques

6.3.1. Ouvrages

DENÉCÉ (E.) et POULOT (F.), *Dico-atlas des conflits et des menaces. Guerres, terrorisme, crime, oppression*, Paris, Éditions Belin, 2010.

GORBACHEV (M. S.), *Perestroika. New thinking for our country and the world*, New York, Harper & Row, 1987.

HOBSBAWM (E.), *Globalisation, democracy and terrorism*, Londres, Abacus, 2008.

LOROT (P.), *Histoire de la Perestroïka*, Paris, Presses Universitaires de France, 1993, coll. « Que sais-je? ».

QUETEL (Cl.), sous la dir. de , *Dictionnaire de la guerre froide*, [Paris], Larousse, 2008.

SUSKIND (R.), *The one percent doctrine. Deep inside America's pursuit of its enemies since 9/11*, New York, Simon & Schuster Paperbacks, 2006.

TAGUIEFF (P.-A.), *L'idée de progrès. Une approche historique et philosophique. Suivi de : Éléments d'une bibliographie*, dans *Les cahiers du CEVIPOV*, n°32, 2002.

6.3.2. Articles scientifiques

COHENDET (M.-A.), *Une crise de la représentation politique ?*, dans *Cités*, n°18, Paris, Presses Universitaires de France, 2004.

CONTE (F.), *Le secret et la glasnost à l'ère Gorbatchev*, dans *Revue des études slaves*, Tome 62, Fascicule 3, Paris, 1990.

COOPER (R.), *État postmoderne ou État de marché ?*, dans *Le Débat*, n°126, Paris, Gallimard, 2004.

GITLIN (T.), *Illusions de transparence, ambiguïtés de l'information. Remarques sur la mondialisation des communautés éphémères*, dans *Réseaux*, n°76, [En ligne], 1996.

GUENIFFEY (P.), *Généalogie du terrorisme contemporain*, dans *Le Débat*, n°126, Paris, Gallimard, 2004.

JUVIN (H.), *Argent public, société et démocratie*, dans *Le Débat*, n°126, Paris, Gallimard, 2004.

KLIOUIKOVA (K.), *La géopolitique en Russie depuis 1991*, dans *Outre-Terre*, n°19, Paris, Glyphe, [En ligne], 2007.

LAÏDI (Z.), *Penser l'après-guerre froide*, dans *Cultures et Conflits*, n°8, 1992.

LIOGIER (R.), *Vers le familialisme global. La famille mondiale après l'État-nation*, dans *Cités*, n°18, Paris, Presses Universitaires de France, 2004.

ROUBAN (L.), *Les paradoxes de l'État postmoderne*, dans *Cités*, n°18, Paris, Presses Universitaires de France, 2004.

SMITH (J.), *La relation OTAN/Russie : moment de vérité ou déjà vu ?*, dans *Politique étrangère*, vol. 73, n°4, Paris, I.F.R.I./Armand Colin, 2008.

VERLUISE (P.), *Russie postsoviétique*, dans *Outre-Terre*, n°19, Paris, Glyphe, [En ligne], 2007.

6.3.3. Thèses et mémoires

KONDRATYEVA (V.), *Enjeux et évolutions des relations entre l'Union Européenne et la Russie*, mémoire de Master en sciences politiques, sous la direction de ROOSENS (C.), Louvain-la-Neuve, Université catholique de Louvain, 2011.

STANS (D.), *Le comité permanent R dans sa relation avec le Parlement et certains acteurs du pouvoir exécutif : cohérence ou incohérence ?*, thèse de Doctorat en Science politique et Sociale, sous la direction de MICHEL (Q.), REYNAERT (H.) et COOLS (M.), Liège – Gent, Université de Liège – Universiteit Gent, 2014.

6.3.4. Publications institutionnelles

HAUT-COMMISSARIAT DES NATIONS UNIES AUX DROITS DE L'HOMME, *Droits de l'homme, terrorisme et lutte antiterroriste*, Droits de l'homme, Fiche d'information n°32, Genève, United Nations, 2009.

NATIONAL INTELLIGENCE COUNCIL, *National Intelligence Estimate. Iraq's Continuing Programs for Weapons of Mass Destruction*, 1 octobre 2002 (première déclassification en 2004, puis en 2015 dans une version non caviardée), [En ligne], <http://documents.theblackvault.com/documents/iraq/iraq-wmd-nie-01-2015.pdf> (Page consultée le 20 mars 2015).

NATO PUBLIC DIPLOMACY DIVISION, *The Secretary General's Annual Report 2015*, Bruxelles, NATO, 2016.

UNESCO, *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles. Conférence mondiale sur les politiques culturelles*, Mexico City, 26 juillet - 6 août 1982.

6.3.5. Articles de presse

FRAGNON (J.), *Les rituels nécessaires du discours antiterroriste*, dans *Le Huffington Post*, 8 janvier 2015, [En ligne], <http://www.huffingtonpost.fr/julien-fragnon/les-rituels-necessaires-du-discours-antiterroriste_b_6432638.html?utm_hp_ref=france> (Page consultée le 15 juillet 2015).

GOMPERT (D. C.), BINNENDIJK (H.) et LIN (B.), *Blinders, blunders, and wars. What America and China can learn*, 2014, [En ligne], <http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR700/RR768/RAND_RR768.pdf> (Page consultée le 9 janvier 2015).

LITOVKIN (V.), *Is Russian military moving towards more transparency?*, 22 juillet 2013, [En ligne], <http://rbth.asia/world/2013/07/22/is_the_russian_military_moving_towards_more

_transparency_48113.html> (Page consultée le 22 juillet 2013).

OMAND (D.), *Edward Snowden's leaks are misguided they risk exposing us to cyber-attacks*, dans *The Guardian*, 26 septembre 2013, [En ligne], <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/sep/26/edward-snowden-leaks-misguided-cyber-attacks> (Page consultée le 9 janvier 2015).

ROBINSON (M.), *British terrorists from Birmingham bought 'Islam for Dummies' book before travelling to Syria to join rebel fighters in jihad*, dans *Daily Mail Online*, 8 juillet 2014, [En ligne], <www.dailymail.co.uk/news/article-2684714/I-tell-I-m-going-jihad-Lol-I-ll-arrested-What-British-terrorist-Birmingham-told-childhood-friend-travelled-Syria-join-rebel-fighters.html#ixzz3ZA8DMo4Q> (Page consultee le 5 avril 2015).

6.3.6. Rapports de recherche

CORDESMAN (A. H.), *Chinese strategy and military modernization in 2016. A comparative analysis*, [s.l.], Center for Strategic & International Studies, 2016.

THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, *Democracy Index 2015. Democracy in an age of anxiety*, Londres, The Economist Group, 2016.

THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, *Democracy Index 2016. Revenge of the « deplorables »*, Londres, The Economist Group, 2017.

6.4. Histoire de l'art et archéologie

6.4.1. Catalogue d'exposition

Die Hethiter und ihr Reich das Volk der 1000 Gotter, Bonn, Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, 2002.

7. TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : USIC - How intelligence works....80
Figure 2 : Quel champ pour le renseignement ?....82
Figure 3 : Tweet du compte officiel de Bletchley Park, aujourd'hui musée dédié à l'informatique et à la cryptographie....90
Figure 4 : Tweet du compte officiel du GCHQ....143
Figure 5 : Détail des réponses données....165
Figure 6 : Représentation des services....166
Figure 7 : Localisation géographique des services sélectionnés sur le continent américain....168
Figure 8 : Localisation géographique des services sélectionnés sur le continent africain et au Moyen-Orient....168
Figure 9 : Localisation géographique des services sélectionnés en Europe et Russie....169
Figure 10 : Localisation géographique des services sélectionnés sur les continents asiatique et océanien....170
Figure 11 : Page d'accueil du site de la CIA....190
Figure 12 : "Pourquoi travailler pour une entreprise quand vous pouvez servir votre nation ?"....191
Figure 13 : Idées reçues à propos de la CIA....192
Figure 14 : Compte Twitter de la CIA....195
Figure 15: Premier tweet du compte @CIA....197
Figure 16: Tweet de la @CIA à propos du film Argo....199
Figure 17 : Site web du MIT - "FAQ Other"....207
Figure 18 : MIT - Cycle du renseignement....231
Figure 19 : Tweet de la NSA à propos de l'emblème du service....240
Figure 20 : Emblèmes du FSB (à gauche) et du KGB (à droite)....244
Figure 21 : Emblème du SVR....245
Figure 22 : Fort Meade, quartier général de la NSA....249
Figure 23 : Illustration issue de la page d'accueil du site de l'USIC....250
Figure 24 : Publication de la NSA sur LinkedIn....258
Figure 25 : Stratégies développées dans les différents sites web analysés....265
Figure 26 : Tweet de @CIA qui montre l'importance documentaire du site de l'Agence....275
Figure 27 : Réponse de @wikileaks à @CIA....373
Figure 28: Tweet de BBC News à propos des nouveaux directeurs du MI6 et du GCHQ....374
Figure 29 : Tweet de la NSA pour la Saint-Valentin 2015....375
Figure 30 : Document provenant de la publication "We'd like to dispel 10 myths about working for the Central Intelligence Agency"....376
Figure 31 : Tweet présentant une définition de la propagande....377
Figure 32 : Tweet d'Anna Chapman, ancienne espionne russe, destiné à Edward Snowden, ancien employé de la NSA et de la CIA....378
Figure 33 : Publication du rapport de la commission du renseignement du Sénat américain sur le programme d'interrogatoire renforcé de la CIA et les "black sites"....379
Figure 34 : Page d'accueil du site du GCHQ....493
Figure 35 : Page consacrée à l'application Cryptoy....493
Figure 36 : How does an analyst catch a terrorist ?....494
Figure 37 : Page d'accueil du site du GCHQ consacré au recrutement....494
Figure 38 : Page d'accueil du site du SIS (Décembre 2012)....496
Figure 39 : Page d'accueil du site du SIS (Décembre 2014)....497
Figure 40 : Page d'accueil du site du SIS (Octobre 2015)....499
Figure 41 : Site web du SIS - "Myth busting"....500

Figure 42 : Page d'accueil du site de l'ABW 503
Figure 43 : Page d'accueil du site de l'AIVD 505
Figure 44 : Page d'accueil du site du BND 507
Figure 45 : Page d'accueil du site du BfV 509
Figure 46 : Page d'accueil du site de la DGSE 511
Figure 47 : Page d'accueil du site de l'AISE et de l'AISI 514
Figure 48 : Page d'accueil du site du CNI 516
Figure 49 : Page d'accueil du site du KGB (Octobre 2015) 517
Figure 50 : Page d'accueil du site du KGB (Décembre 2012) 518
Figure 51 : Page d'accueil du site du MIT (Décembre 2011) 520
Figure 52 : Page d'accueil du site du MIT (Octobre 2015) 521
Figure 53 : Page d'accueil du site du BIS (Octobre 2015) 525
Figure 54 : Page d'accueil du site du BIS (Décembre 2012) 526
Figure 55 : Page d'accueil du site de l'UZSI 527
Figure 56 : Page d'accueil du site du SZRU 530
Figure 57 : Page d'accueil du site de la NSA 532
Figure 58: Page d'accueil du site de l'USIC (Décembre 2012) 538
Figure 59 : Page d'accueil de l'USIC (Octobre 2015) 540
Figure 60 : Page d'accueil du site du CISEN 542
Figure 61 : Page d'accueil du site du SCRS/CSIS 544
Figure 62 : Page d'accueil du site de l'ABIN 546
Figure 63 : Page d'accueil du site de la DINI 550
Figure 64 : Page d'accueil du site de la NIA 551
Figure 65 : Page d'accueil du site de la SSA 553
Figure 66 : Page d'accueil du site du GID 555
Figure 67 : Page d'accueil du site de la BIN 558
Figure 68 : Page d'accueil du site du Mossad (Décembre 2011) 560
Figure 69 : Page d'accueil du site du Mossad (Octobre 2015) 563
Figure 70 : Page d'accueil du site du Shabak 564
Figure 71 : Page d'accueil du site du FSB 566
Figure 72 : Page d'accueil du site du SVR 568
Figure 73 : Page d'accueil du site du NIS 569
Figure 74 : Page d'accueil du site de l'ASIS 571

Tableau 1 : Liste des sites web qui constituent le corpus 159
Tableau 2 : Typologie des services étudiés 164
Tableau 3 : Grille d'analyse 182
Tableau 4 : Intitulés des premières sections de l'arborescence des différents sites internet 184
Tableau 5 : Thèmes abordés 223

8. ANNEXES

TABLE DES ANNEXES

8. Annexes 325

8.1. Entretien avec SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), Journalistes d'investigation et experts en services de sécurité russes, 17 février 2013 330

8.2. Entretien avec FEDOROVSKI (V.), Écrivain et ancien diplomate russe, 24 février 2013 341

8.3. Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la Direction Générale de la Sécurité Extérieure (France) depuis juin 2010 et ancien officier traitant et analyste, 19 février 2014 345

8.4. Entretien avec le Directeur adjoint du Service de Renseignement de l'État du Luxembourg, 23 avril 2014 351

8.5. Entretien avec différents fonctionnaires du Service Général de Renseignement et de Sécurité (Belgique), 30 juillet 2014 357

8.6. Entretien avec RAPAILLE (G.), Président du Comité permanent de Contrôle des services de renseignement et de sécurité (Belgique), 27 mars 2015 367

8.7. Entretien avec le *Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica* (Italie), service Comunicazione istituzionale, 27 juin 2014 382

8.8. Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016 393

8.9. Grille d'analyse 408

8.9.1. Aspects discursifs 408

8.9.2. Valeurs et vision du monde, aspects iconiques et identité visuelle 441

8.9.3. Articulation texte-image, interactivité et multimédiatisation 483

8.10. Corpus 491

8.10.1. Europe 491

8.10.1.1. Royaume-Uni 492

- GCHQ 492
- SIS/MI6 495

8.10.1.2. Pologne 502

- ABW 502

8.10.1.3. Pays-Bas 504

- AIVD 504

8.10.1.4. Allemagne 506

- BND 506

- BfV 508

8.10.1.5. France 510

- DGSE 510

8.10.1.6. Italie 513

- AISE & AISI 513

8.10.1.7. Espagne 515

- CNI 515

8.10.1.8. Biélorussie 516

- KGB 516

8.10.1.9. Turquie 519

- MIT 519

8.10.1.10. République tchèque 524

- BIS 524
- UZSI 526

8.10.1.11. Ukraine 529

- SZRU 529

8.10.2. Amérique du Nord et Amérique centrale 531

8.10.2.1. États-Unis 531

- NSA 531
- CIA 534
- USIC 537

8.10.2.2. Mexique 541

- CISEN 541

8.10.2.3. Canada 543

- SCRS/SCIS 543

8.10.3. Amérique du Sud 545

8.10.3.1. Brésil 545

- ABIN 545

8.10.3.2. Pérou 549

- DINI 549

8.10.4. Afrique 551

8.10.4.1. Nigéria 551

- NIA 551

8.10.4.2. Afrique du Sud 551

- SSA 552

8.10.5. Asie et Moyen-Orient 554

8.10.5.1. Jordanie 554

- GID 554

8.10.5.2. Indonésie 557

- BIN 557

8.10.5.3. Israël 559

- Mossad 559
- Shabak 563

8.10.5.4. Russie 565

- FSB 565
- SVR 567

8.10.5.5. Corée du Sud 568

- NIS 568

8.10.6. Océanie 571

8.10.6.1. Australie 571

- ASIS 571

8.1. Entretien avec SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), Journalistes d'investigation et experts en services de sécurité russes, 17 février 2013

Quelle est la perception des services secrets par la population russe, en général ? L'image du FSB est-elle différente de l'image du SVR ? En quoi ?

IRINA BOROGAN : *En général, la société russe moderne n'est que légèrement préoccupée par les problèmes des services secrets, parce que presque personne ne peut faire face au FSB et à leurs activités dans la vie quotidienne. Les businessmen sont plutôt négatifs vis-à-vis des services secrets car certaines entreprises sont obligées de partager leurs profits avec eux. On peut dire que la perception des services de police est beaucoup plus négative par la population russe.*
À l'époque soviétique, le KGB est intervenu dans toutes les sphères de la vie privée, tandis que le FSB n'intervient presque pas dans la vie privé de gens. Cependant, nous ne pouvons pas exclure que cela pourrait changer à l'avenir.
La population russe connaît beaucoup d'informations concernant le FSB car leur campagne de propagande est très active dans les médias russes, mais à propos du SVR les gens en savent assez peu.

ANDREI SOLDATOV : *Je ne pense pas que nous pouvons parler d'une position commune dans la société russe. La différence est surtout immense entre les régions et la capitale (Moscou). Pour beaucoup de gens qui habitent dans les régions, les services secrets représentent les organisations puissantes qui peuvent offrir une bonne sécurité sociale pour quelqu'un qui va rentrer dans l'armée. Par contre, à Moscou, il existe une classe moyenne qui est dynamique et pour eux les services secrets sont vus plutôt comme une menace (y compris au niveau du business).*

Quels ont été les impacts majeurs de la politique de la *Perestroïka* et de la *Glasnost* sur les services secrets russes ? Ces impacts sont-ils encore perceptible aujourd'hui ?

IRINA BOROGAN : *Il s'agit d'une question très complexe. Vous pouvez trouver cette information dans notre livre «The New Nobility ».*

ANDREI SOLDATOV : *Il s'agit d'une question très complexe. Pour répondre à cette question je dois réécrire presque entièrement le premier chapitre de notre livre «Les Héritiers du KGB». Bien sûr que les impacts sont encore perceptibles aujourd'hui.*

Quelle est l'utilité des sites internet des services de renseignement pour les citoyens et pour les organismes de renseignement eux-mêmes ? Comment les améliorer et pourquoi ?

IRINA BOROGAN : *Le site web du FSB est presque inutile car il est rarement mis à jour. Je pense que le FSB lui-même n'a jamais pensé à le rendre utile.*
Dans la vie réelle, ce n'est pas encore possible car ce n'est pas dans l'intérêt des services secrets de fournir un grand nombre d'informations à sa propre population. Nous pouvons dire que c'est même le contraire.

ANDREI SOLDATOV : *Non, ce genre de sites est pratiquement inutile*. Nous pouvons compter seulement quelques cas quand *les citoyens utilisent les coordonnées* (qui sont *affichées sur le site web du FSB) pour porter plainte contre les actions des services secrets.*

L'image des services de renseignement d'anciens pays satellites de l'URSS est-elle encore largement influencée par les rapports que ces pays entretenaient avec l'Union Soviétique ? Pensez-vous que certain essayent de se distancer et d'autres de renouer avec leur passé soviétique ?

IRINA BOROGAN : *Il s'agit d'une question très complexe. Vous pouvez aussi trouver cette information dans notre livre «The New Nobility ».*

ANDREI SOLDATOV : *C'est une très grande question*. Je vous conseille, *encore une fois, de consulter le dernier chapitre de notre livre*

À quoi est due l'« aura mythique » du KGB ? Se répercute-t-elle sur le SVR et le FSB à l'heure actuelle ? Que pensez-vous de l'image romancée de l'espion russe à travers les films et les romans ?

IRINA BOROGAN : *Je ne peux pas répondre en deux mots. Encore une fois vous pouvez trouver cette information dans notre livre.*

ANDREI SOLDATOV : *L'«aura mythique» autour du KGB est associée à la campagne qui a été organisée par ANDROPOV et financée par le KGB. Encore une fois, vous pouvez trouver tous les détails à ce sujet dans notre livre.*

Les concepts de *Transparency* « à l'Occidentale » et de *Glasnost* se recoupent-ils ? En quoi est-ce semblable et en quoi est-ce différent ?

IRINA BOROGAN : *Ces concepts se ressemblent, mais nous n'avons pas en Russie de mécanismes exécutifs clairs concernant les services secrets (et même le Parlement) vis-à-vis des citoyens russes. Les mécanismes qui ont été inscrits dans la loi ne marchent pas souvent en raison de l'opposition soit des autorités soit à cause du manque d'indépendance des tribunaux.*

ANDREI SOLDATOV : *Je ne suis pas sûr que ces concepts se recoupent, parce que la « glasnost » c'est quelque chose qui est censé à voir plus avec le passé qu'avec le présent.*
Les gens qui ont défendu la « glasnost » dans les années 80, n'étaient pas prêts pour la mise en place d'un contrôle sur le financement des services secrets. La période des années 90 a été encore plus favorable pour cela, mais malheureusement ces mécanismes ne sont pas apparus.

Si la guerre froide a été, comme certains le disent, « l'âge d'or de l'espionnage » dans quelle période est entré le milieu du renseignement russe depuis la chute du Mur de Berlin à votre avis ?

IRINA BOROGAN : *C'est un processus très controversé. Il s'agit d'une période de changement de certaines valeurs. Nous pouvons même dire que c'était un rejet des anciennes valeurs et, en même temps, un essai (ou un faible succès) de les remplacer par les nouvelles valeurs.*

ANDREI SOLDATOV : *Il s'agit d'une période de perte de repères.*

En vous lisant, il semble que les agents des services secrets russes constituent une caste très puissante, que les méthodes utilisées sont illégales à l'occasion et que les violations des Droits de l'Homme sont courantes dans ce secteur d'activité. Pensez-vous que c'est très différent dans d'autres pays ? Comment expliquez-vous cela ?

IRINA BOROGAN : *Les services secrets russes sont encouragés par les autorités et violent régulièrement les droits de l'Homme.*
Il est clair qu'ils se sentent intouchables, parce qu'au cours des 12 dernières années les chefs de services secrets n'ont pas été (ou presque pas) responsables de leurs échecs tels que la prise d'otages du théâtre de Moscou (2002) et celle de l'école de Beslan (2004).
Aucun des chefs des services secrets n'a été puni et toute information importante sur ces opérations secrètes est devenue « top secret». Tout cela a été fait pour cacher la responsabilité personnelle de gens bien placés qui ont commis tous ces échecs professionnels avec de graves conséquences (comme le grand nombre de victimes).
Ce n'est pas un secret que les services secrets occidentaux sont également connus pour la violation des droits de l'Homme, surtout s'ils ont une mission particulière à l'étranger à effectuer, mais dans ce cas-là c'est plus facile d'obtenir des informations sur leurs activités.

ANDREI SOLDATOV : *Les services secrets peuvent avoir des habitudes similaires qui sont liées à des raisons similaires (par exemple, l'implication dans la lutte contre le terrorisme va inévitablement conduire à l'émergence de méthodes sévères. Je ne parle pas seulement pour la CIA à Guantanamo, mais aussi il ne faut pas oublier les services secrets français en Algérie). Mais, il ne faut pas oublier la différence de sociétés dans lesquelles ces services secrets existent.*

Les exigences vis-à-vis des services secrets sont différentes. C'est une des raisons pour laquelle nous savons beaucoup de choses sur certaines services secrets et très peu sur d'autres.

Quels sont les principaux défis auxquels doivent faire face les services de renseignement russes depuis que Vladimir Poutine est au pouvoir ? Quels seront les défis qu'ils devront résoudre dans l'avenir ?

IRINA BOROGAN : *La protection du régime politique a commencé à prendre forme sous B. ELTSINE. V. POUTINE a continué cette tendance.*
Je suppose que cette tendance va s'accentuer. Le pouvoir va attirer davantage le FSB pour encore plus se battre avec l'opposition.
Récemment, V. POUTINE a fixé un nouveau défi au FSB. Il s'agit de superviser la création d'un centre de cyber-sécurité, en lui donnant plus d'opportunités dans la surveillance des militants politiques et de l'opposition.

ANDREI SOLDATOV : *Je vous conseille de relire certains passages de notre livre. En général, l'objectif principal des services de renseignement russes était de protéger le régime politique des différents types de menaces (du terrorisme à la corruption).*

Les services de renseignement (et pas seulement en Russie) doivent-ils être transparents ? Dans quelles limites ? Pensez-vous que c'est possible en Russie ?

IRINA BOROGAN : *Bien sûr que les services de renseignement doivent être transparents. Nous pouvons limiter la transparence soit par les lois, soit cette limite peut être définie en fonction de la situation (par exemple, dans le cadre d'une commission parlementaire, nous pouvons enquêter sur un événement particulier).*
En principe nous pouvons changer la loi pour avoir une plus grande responsabilité envers le public et le Parlement, mais, dans la Russie d'aujourd'hui, c'est quasiment impossible.

ANDREI SOLDATOV : *Vous savez, l'un des objectifs de nos publications c'est précisément ça : la nécessité de «transparence». Dans quelles limites ? Je crois que nous ne sommes pas censés savoir le nom des opérations et des agents secrets qui participent, mais même ces limites peuvent être déplacées en faveur de la transparence quand il s'agit de crimes commis par ces agents.*

***

Как современное российское общество в целом воспринимает спецслужбы? Изменилось ли восприятие спецслужб гражданами РФ со времен существования КГБ? Разнится ли восприятие ФСБ и СВР?

ИРИНА БОРОГАН : *Современное общество в целом мало озабочено проблемами спецслужб, поскольку с ФСБ и ее активностью в повседневной жизни почти никто не сталкивается. Бизнесмены относятся к спецслужбам, скорее, отрицательно, поскольку в некоторых сферах бизнеса вынуждены делиться с ними прибылью. Однозначно отрицательное отношение вызывает МВД.*
Да, поскольку КГБ вмешивалось во все сферы частной жизни, а ФСБ пока практически не касается частной жизни, правда, в ближайшее время это может измениться.
Да. Про ФСБ у людей много информации и она ведет активную пропагандисткую кампанию в российских СМИ, а про СВР известно очень мало.

АНДРЕЙ СОЛДАТОВ : *Мне не кажется, что российское общество столь однообразно, что можно говорить о какой-то общей позиции. Особенно это касается разницы в восприятии в регионах, где для многих спецслужбы - это могущественные организации, которые могут обеспечить хорошие социальные гарантии при поступлении на службу, и в Москве, где для активного среднего класса спецслужбы это в том числе и угроза - в том числе и бизнесу.*

Как отразилась эпоха перестройки (в частности гласности) на спецслужбах? Ощутимы ли эти последствия сегодня?

Ирина Бороган : *Это очень сложный вопрос, об этом есть в нашей книге The New Nobility.*

Андрей Солдатов : *Это очень большой вопрос, и для этого надо пересказать почти целиком первую главу нашей книги Новое дворянство (на французском « Les Heritiers du KGB »). Последствия, естественно, ощутимы и сегодня.*

Приносят ли какую-либо пользу официальные сайты спецслужб гражданам РФ и самим спецслужбам? Возможно ли улучшить их содержание и имеет ли это смысл?

Ирина Бороган : *Сайт ФСБ приносит мало пользы, поскольку редко обновляется. Думаю, сама ФСБ никогда не ставила такой задачи.*
Смысл имеет, но практически это пока невозможно, поскольку спецслужбы не заинтересованы в том, чтобы предоставлять большое количество инфомации о себе гражданам, а напротив, заинтересованы в обратном.

Андрей Солдатов : *Нет, эти сайты практически бесполезны. Можно пересчитать по пальцам случаи, когда граждане пользовались контактной информацией, размещенной на сайте ФСБ, для жалоб на действия спецслужбы. Но несколько таких случаев известны.*

Отличается ли восприятие странами ближнего зарубежья КГБ от их сегодняшних аналогов (СВР и ФСБ)? По вашему мнению, происходит-ли дистанцирование одних стран ближнего зарубежья, и параллельно сближение других с российскими спецслужбами ?

Ирина Бороган : *Этот вопрос тоже очень сложный, об этом тоже можно прочитать в нашей книге.*

Андрей Солдатов : *Это большой вопрос, и опять-таки я советую вам обратиться к нашей книге (последние главы), для ответа.*

С чем связана «мифическая аура» КГБ? Оказывает-ли она и по сей день влияние на СВР и ФСБ? Что вы думаете об образе «русского шпиона» в кинематографе и литературе?

Ирина Бороган : *Это тоже есть в книге, а в двух словах не ответишь.*

Андрей Солдатов : *Мифическая аура вокруг КГБ связана с целенаправленной кампанией по смену имиджа, организованной Андроповым и финансируемой КГБ. Вы опять-таки можете найти все детали об этом в книге.*

Пересекаются-ли понятия «прозрачности» западного мира с концепцией «гласности»? В чем, по вашему мнению, их основные сходства и различия?

Ирина Бороган : *Не во всем, идеи похожи, но в России не сформированы четкие механизмы отчетности исполнительной власти и спецслужб перед гражданами и даже перед парламентом, а те, что были закреплены законодательно часто не работают из-за противодействия самой власти и несамостоятельности судов.*

Андрей Солдатов : *Я не уверен, что эти понятия пересекаются, потому что "гласность" по сути больше касалось прошлого, прошлых преступлений советских спецслужб, а не настоящего. Те же самые люди, которые отстаивали гласность в 80-е годы, были не готовы к введению парламентского или какого-либо другого контроля над финансированием спецслужб. Не случайно эти механизмы так и не появились в самый благоприятный для этого период - в начале 90-х.*

Если период «холодной войны» можно считать «веком золотого шпионажа», то как бы вы могли охарактеризовать период в который вошли спецслужбы РФ после падения берлинской стены?

Ирина Бороган : *Это очень противоречивый процесс. Это период частичной смены ценностей, отказа от некоторых старых и малоуспешный поиск новых.*

Андрей Солдатов : *Период потери ориентиров.*

Основываясь на ваших рассуждениях, российские спецслужбы представляют собой особую касту, регулярно нарушающую права человека, а так же использующую другие нелегальные методы работы. Полагаете-ли вы, что такое положение вещей разительно отличается от других стран?

Ирина Бороган : *Российские спецслужбы, поощряемые властью, регулярно нарушают права человека. Совершенно очевидно, что они чувствуют себя неприкасаемыми, поскольку за последние 12 лет практически не было процессов, когда бы руководители спецлужб понесли бы ответственность за свои провалы, даже за такие крупные теракты, как захват заложников в 2002 году в театральном центре в Москве и захват школы в 2004 году в Беслане. Никто из руководителей спецслужб не был наказан, важная информация о проведении спецопераций засекречена, чтобы снять персональную ответственность с тех, кто допустил профессиональные провалы и большое количество жертв.*
Западные спецслужбы тоже, как известно, нарушают права человека, особенно при проведнии операций за рубежом, но там проще получить информацию об их деятельности.

Андрей Солдатов : *Спецслужбы могут иметь похожие привычки, вызванные похожими причинами (например, участие в борьбе с терроризмом неминуемо ведет к появлению жестоких методов - это не только ЦРУ и Гуантанамо, но и французские спецслужбы из-за Алжира), но различаются общества, в которых эти спецслужбы существуют.*

Общества в разных странах предъявляют разного уровня требования к своим спецслужбам, поэтому об одних спецслужбах мы знаем много, а про другие - очень мало.

Какие основные задачи встали перед спецслужбами с приходом к власти В.В Путина?Какие задачи,по вашему мнению ,их ожидают в будущем?

Ирина Бороган : *При Путине на первый план вышла защита политического режима, хотя эта тенденция стала формироваться еще при Ельцине. Вероятно, эта линия будет усиливаться и власть будет больше привлекать ФСБ к борьбе с оппозицией, в которой пока более активно участвует МВД и Следственный Комитет. Также буквально недавно президент поставил перед ФСБ новую задчу – курировать создание центра по кибербезопасности, что дает им бОльшие возможности в слежке за политическими активистами и оппозицией.*

Андрей Солдатов : *Отсылаю к нашей книге. В целом основной задачей была защита политического режима от разного вида угроз - от терроризма до коррупции.*

Нужна-ли в целом «прозрачность» в работе спецслужб (не только российских)? Если да, то каким образом обозначить лимит «прозрачности»? Возможно-ли это сделать в работе спецслужб РФ, по вашему мнению?

Ирина Бороган : *Конечно, нужна. Лимит прозрачности возможно обозначить, во-первых, с помощью законов, а во-вторых, на практике этот лимит может устанавливаться каждый раз в зависимости от ситуации. Например, в ходе работы парламентской комиссии по расследованию конкретного события. Это в принципе возможно в России, если изменить законодательство в сторону бОльшей отчетности перед обществом и парламентом, но сейчас практически невероятно.*

Андрей Солдатов : *Мы бы не писали о спецслужбах, если бы не считали, что спецслужбам необходима "прозрачность". Границей могут быть детали проводимых в настоящее время операций и имена полевых агентов, принимавших в таких операциях участие. Но и эти границы могут быть сдвинуты в пользу прозрачности, если речь идет о совершенных эти агентами преступлениях.*

8.2. Entretien avec FEDOROVSKI (V.), Écrivain et ancien diplomate russe, 24 février 2013

Quelle est la perception des services secrets par la population russe, en général ? L'image du FSB est-elle différente de l'image du SVR ? En quoi ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *Il n'y a aucune différence, non. Leur image est absolument négative. C'est le cas depuis le KGB et la fin de l'Union soviétique. Il faut aussi prendre en compte le fait que ces services sont liés au pouvoir politique. Donc, en général, ceux qui sont plutôt pro-Poutine estiment plus ces services que ceux qui sont « allergiques » au pouvoir actuel.*

Quels ont été les impacts majeurs de la politique de la *Perestroïka* et de la *Glasnost* sur les services secrets russes ? Ces impacts sont-ils encore perceptible aujourd'hui ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *Ces impacts ne sont plus vraiment perceptibles aujourd'hui, non. Il faut bien se rendre compte que c'est une période qui est aujourd'hui discréditée et diabolisé en Russie. Cela d'autant plus que Mikhaïl Gorbatchev apparait pour beaucoup comme ayant été vendu à l'Occident et c'est sa théorie qui a précipité la chute de l'Union Soviétique.*

Quelle est l'utilité des sites internet des services de renseignement pour les citoyens et pour les organismes de renseignement eux-mêmes ? Comment les améliorer et pourquoi ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *En principe, c'est positif. Il faut communiquer, mais cela se fait de manière peu professionnelle.*

L'image des services de renseignement d'anciens pays satellites de l'URSS est-elle encore largement influencée par les rapports que ces pays entretenaient avec l'Union Soviétique ? Pensez-vous que certain essayent de se distancer et d'autres de renouer avec leur passé soviétique ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *Une partie des informations qui concernent les activités des services de renseignement pendant la période soviétique a été divulguée. Certains pays tendent à renouer avec ce passé et travaillent en collaboration avec les russes. D'autres, comme les pays baltes ont tendance à rester plus en retrait. Il y a vraiment deux tendances : celle d'un « retour d'âge » et celle d'un éloignement. Les tchèques, par exemple, renouent avec la Russie sur le plan économique mais pas en politique ou dans le domaine du renseignement. Cependant, je pense que c'est souvent une erreur, car il serait possible de travailler plus efficacement, notamment dans le cadre de la lutte contre le terrorisme.*

À quoi est due l'« aura mythique » du KGB ? Se répercute-t-elle sur le SVR et le FSB à l'heure actuelle ? Que pensez-vous de l'image romancée de l'espion russe à travers les films et les romans ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *Le KGB était un très grand service de renseignement, mais c'était aussi une police politique responsable de persécution. Il y a beaucoup d'histoires extraordinaires sur le KGB, mais aussi d'autres qui sont terribles. Des empoisonnements, par exemple. Mais, c'est évident que c'est un service qui restera dans l'histoire.*
L'image romancée de l'espion, c'est quelque chose que j'adore. Et puis, c'est un peu mon fond de commerce. [Rire] C'est quelque chose qui suscite de très grands fantasmes. Quand on avait demandé quels sont les mots représentatifs de la culture russe qui suscitent le plus de fantasmes, les réponses étaient : « Kremlin », « Gagarine » et « KGB ». Je ne suis plus certain de l'ordre, mais le KGB venait en troisième position. Il devait aussi y avoir dans le classement « vodka ». [Rire]

Les concepts de *Transparency* « à l'Occidentale » et de *Glasnost* se recoupent-ils ? En quoi est-ce semblable et en quoi est-ce différent ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *C'est très différent. La glasnost, ça fait partie du passé. C'était un instrument politique crée dans le but de détruire le système, y compris le KGB. « Transparence » c'est la traduction de ce mot. Cette destruction est réussie.*
La transparence c'est du baratin. Ils disent une chose et en font une autre. C'est dommage. Et puis… Les grands secrets ne devraient pas rester secrets. Ça ne sert à rien. Il ne faut pas se leurrer. D'autre part, il y a une sorte de tendance politiquement-correct aujourd'hui. Mais, ça ne correspond pas à la réalité.

Si la guerre froide a été, comme certains le disent, « l'âge d'or de l'espionnage » dans quelle période est entré le milieu du renseignement russe depuis la chute du Mur de Berlin à votre avis ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *Vous savez, c'était une période durant laquelle on pensait que la technique allait remplacer l'homme. C'est un échec, surtout des américains. On en revient.*
On est dans une période de « retour d'âge ». On se rend compte que l'amateurisme est dangereux. Et puis, on peut reprocher ce que l'on veut à la guerre froide mais c'étaient des professionnels… Je ne suis pas nostalgique de cette période, mais la période actuelle ne suscite pas vraiment mon enthousiasme.

Il semble que les agents des services secrets russes constituent une caste très puissante, que les méthodes utilisées sont illégales à l'occasion et que les violations des Droits de l'Homme sont courantes dans ce secteur d'activité. Pensez-vous que c'est très différent dans d'autres pays ? Comment expliquez-vous cela ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *Les violations des droits de l'Homme, c'est une évidence. Ca, personne ne peut le nier. C'est une évidence aussi du rôle de persécution des services secrets russes. Les méthodes illégales, ils les utilisent tous. C'est pour ça que ce sont des services secrets. Il y a aussi une tradition des méthodes, de Raspoutine à Poutine. Le problème, c'est qu'il n'y a pas de contrôle*

des services par la société civile, pas de règles, contrairement aux États-Unis… Le KGB était contrôlé par le comité central du parti.

Quels sont les principaux défis auxquels doivent faire face les services de renseignement russes depuis que Vladimir Poutine est au pouvoir ? Quels seront les défis qu'ils devront résoudre dans l'avenir ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *Les services reflètent les défis des nations. Le Monde devient imprévisible. Durant la guerre froide, c'était plus clair.*
Les défis, il y en a beaucoup. Il y a le problème de la drogue. Il n'y a pas de coopération entre services à ce sujet. Le danger islamiste, aussi. C'est un danger imminent pour la Russie. Font-ils assez ? Certainement pas. Les services secrets sont un instrument politique, mais la connerie politique existe. Les problèmes sont nombreux. Les services travaillent chacun de leur côté. Et puis, il y a cette différence avec la période de la guerre froide : avant, il y avait des règles.

Les services de renseignement (et pas seulement en Russie) doivent-ils être transparents ? Dans quelles limites ? Pensez-vous que c'est possible en Russie ?

VLADIMIR FEDOROVSKI : *C'est impossible en Russie, du moins à l'heure actuelle. Dans certains domaines limités, ils ne doivent pas l'être. Le problème, c'est qu'actuellement, en Russie, c'est un système autocratique.*

8.3. Entretien avec WUEST-FAMOSE (N.), Responsable de communication de la Direction Générale de la Sécurité Extérieure (France) depuis juin 2010 et ancien officier traitant et analyste, 19 février 2014

Est-il exact de dire que les services de renseignement ont commencé à communiquer suite aux attentats du World Trade Center en 2001 ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *En réalité, en France, les services ont commencé à s'ouvrir plus largement et à communiquer plus régulièrement suite à la publication du « Livre blanc sur la Défense et la Sécurité nationale », en 2008, dans lequel la section « Connaissance et anticipation » précise les missions dévolues au renseignement en France. La décision de communiquer a été prise pour deux raisons : expliquer l'institution (sa mission, son cadre légal, à quoi sert l'argent public) et pour faciliter le recrutement. La communication de la DGSE est orientée dans un but d'information du citoyen au sens large.*

Selon vous, quelle est l'image des services de renseignement français auprès l'opinion publique française ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Un sondage d'opinion réalisé sur un panel de 1004 français, publié par ailleurs dans l'article du Figaro « Les espions français en quête de notoriété » le 10 avril 2012, montre que 44% des français ont une bonne opinion du service. Seulement 6% des personnes interrogées ont une mauvaise opinion de la DGSE et 37% n'en ont jamais entendu parler. Je dirais donc que nous n'avons pas à proprement parler de problème de notoriété ou d'image.*

Les récentes affaires concernant la NSA ont-elles un impact sur l'image des services ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Les révélations de Snowden sur le fonctionnement de la NSA n'a pas d'influence sur l'image de nos services, dans le sens où ces événements ne suscitent pas de vifs débats parmi les lecteurs du journal « Le Monde », ceci de l'aveu même des journalistes qui*

constatent que ça n'a pas d'impact sur les ventes. Seuls les journalistes manifestent de l'intérêt pour cette affaire et une minorité de personnes inquiètes pour leur liberté d'expression. Par ailleurs, pour une majorité des gens, il n'y a pas vraiment de surprise quant aux capacités de la NSA et il n'y a pas non plus d'inquiétude de la part du citoyen qui ne se sent pas concerné puisqu'il n'est pas un terroriste. Il n'y a, en réalité, qu'un faible débat d'opinion sur ce sujet en France, sauf d'une minorité. Par contre, il y a eu un article dans le journal « Le Monde » qui traitait des capacités d'interceptions supposées de la DGSE, et qui était faux, et qui a nécessité la publication d'un démenti par Matignon. Pour moi, le fait que « Le Monde » publie des informations fausses ou exagérées, c'est un échec en tant que responsable de communication.

Si une majorité des citoyens ne sont pas concernés par les activités des services de renseignement, pour quelles raisons communiquer, alors ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Parce que, sans que cela concerne directement toute la population, communiquer sur nos activités est une action d'instruction civique, une action d'éducation (le développement d'une culture du renseignement). Il faut par ailleurs que les citoyens sachent notamment ce qui est fait avec l'argent public.*

Qui réclame plus de transparence de la part des services ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *C'est difficile à dire. Mais, c'est exact qu'il nous est reproché de ne pas être assez transparents. Comme notre mission est d'opérer dans la discrétion, certains voient dans notre fonctionnement des pratiques occultes, voire illicites. Mon rôle, en tant que responsable de communication, c'est de rassurer et d'expliquer comment nous fonctionnons. Il est aussi important de parler des contrôles, des personnes qui travaillent au sein de la DGSE, de nos valeurs, de notre déontologie et de notre respect des principes démocratiques.*

Selon vous, les Français connaissent-ils bien leurs services de renseignement ? Comment améliorer l'image de la DGSE auprès de la population ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *La connaissance des services existe, puisque 2/3 des français ont connaissance de l'existence de la DGSE. Pour améliorer cette connaissance, il faut expliquer inlassablement. C'est aussi le rôle du site internet. Notre service est connu depuis l'Affaire du Rainbow Warrior, mais pas forcément aimé. Ce qui a amélioré notre image, c'est le rôle prêté à la DGSE lors de la libération d'otages. Un rôle qui toutefois n'a jamais été publiquement reconnu par le Service. Par ailleurs, une manière efficace de se donner une image plus positive est d'avoir recours à la télévision et au cinéma, si le traitement est assuré de façon sérieuse. À ce propos, il y a en ce moment un projet de série télévisée sur la DGSE dirigé par Éric Rochant*[648].

Vous allez suivre la réalisation d'Éric Rochant et lui donner des conseils ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Nous l'avons reçu deux fois à la DGSE, mais ça s'arrête là car il ne faut pas mélanger les genres. Dans un cas c'est une fiction, peut-être très proche d'une réalité vécue ou ressentie, mais dans l'autre c'est la réalité, la vraie vie.*

Pensez-vous qu'il existe une culture du renseignement en France ? Qu'est-ce qui la caractérise ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Oui, il y a une culture du renseignement qui se développe dans certaines universités et dans l'administration et l'armée. On peut observer une sensibilisation aux questions de renseignement, en France. Ses caractéristiques sont sa jeunesse et sa justesse. Sa justesse car elle n'est pas basée sur des mythes cinématographiques ou littéraires. Et puis, c'est une culture qui a à peu près quinze ans. On observe aussi que la DGSE est devenue très populaire (à l'ENA) et que beaucoup de jeunes veulent rejoindre notre service. Peu en ont finalement l'occasion puisque l'accès suppose la réussite d'un concours.*

[648] « Le Bureau des légendes ».

Comment le site participe-t-il à la diffusion de cette culture du renseignement ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Le site est une composante de cette culture, mais je dirais que c'est même une composante essentielle. Notre site internet est composé exclusivement de pages froides, donc du factuel. Entendez par là, que vous n'y trouverez pas d'actualité brûlante. Notre site est consulté environ un million de fois par an.*

Comment le site est-il alimenté en contenu et par combien de personnes ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Il n'y a qu'une seule personne qui fait les mises à jour et c'est moi. Concernant l'hébergement du site, nous profitons du portail du Ministère de la Défense. Par contre, tout ce qui est contenu, infographie, photographies, c'est du matériel réalisé par la DGSE. Le site avait été mis en ligne vers 2001-2002 et a été classé comme étant le site web le plus ringard dans la catégorie des sites de services de renseignement par « Rue 89 » en 2008. Depuis, nous nous sommes améliorés.*

Y-a-t-il des risques spécifiques pour la DGSE à être présent sur le Web ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Non, par vraiment. Du point de vue de la sécurité, il n'y a pas de risques spécifiques. Mais, c'est vrai que nous ne sommes pas à l'abri de nous faire hacker. Auquel cas, les risques sont limités au seul site.*

La DGSE n'est pas présente sur les médias sociaux. Pensez-vous que ce sera le cas dans l'avenir ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Non, car cela suppose de l'actualité et des interactions. Par ailleurs, il y a le risque d'alimenter la machine à fantasmes ou de voir quelqu'un révéler une opération en cours.*

Que pensez-vous des initiatives de communication des services de renseignement étrangers, des sites internet mis en place, comme celui de la CIA, par exemple ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Je ne pense pas être bien placé pour commenter. J'admire le graphisme et sa simplicité, qui est la nouvelle tendance, et les langues rares. Techniquement, il y a des choses admirables. Notre objectif, à terme, serait de traduire notre contenu dans toutes nos langues critiques. Il s'agit de démontrer ses compétences et ses zones d'intérêt par le biais de ces langues critiques. Mais, c'est aussi une question de choix. Il faut se demander si le jeu en vaut la chandelle .Cependant, il faut se rendre compte que cela permettrait de toucher d'autres publics cibles, des gens avec qui nous pourrions travailler, des gens qui ont potentiellement des informations à transmettre.*

Pensez-vous qu'il est pertinent que les services communiquent ? Quelles sont les limites ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Pertinent, ça l'est oui. C'est vrai également qu'il y a des limites. Nous avons quatre limites, quatre sujets sur lesquels nous ne communiquons pas : les opérations, nos capacités, nos personnels et nos partenaires. C'est un dénominateur commun pour l'ensemble des services. Communiquer sur le budget ne pose pas de problème, mais il est exclu de détailler sa ventilation, par exemple.*

Est-il envisageable d'utiliser le site web comme une plateforme de désinformation vis-à-vis d'autres services ou vis-à-vis d'ennemis potentiels ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Non, pour la DGSE, un service démocratique comme le nôtre, il n'y a aucun intérêt de faire cela vis-à-vis d'autres services ou d'adversaires potentiels.*

Selon vous, pourquoi le renseignement a-t-il si mauvaise réputation dans les médias ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *Je ne serais pas aussi catégorique vis-vis de cette prétendue mauvaise réputation.*

Il est pourtant communément admis qu'une part du travail d'un service de renseignement est de « faire en sorte que rien de notable ne se passe », n'est-ce pas ?

NICOLAS WUEST-FAMOSE : *C'est vrai que lorsqu'il « ne se passe rien », il n'y a rien dans la presse. C'est un peu le même problème que lorsque les trains arrivent à l'heure. C'est quelque chose que nous avons pu observer avec la tentative de libération d'un otage en Somalie, le 12 janvier 2013. Il est donc vrai que l'on parle plus des services lorsqu'il y a des échecs. En même temps, dans les articles qui critiquent le travail des services, force est de constater que bien souvent les journalistes recourent à un champ lexical caricatural voire désobligeant. Concernant l'opération menée en Somalie, nous avons mesuré que 89% des articles de presse étaient négatifs ou ambivalents. Or 69% des français ont estimé que la France avait eu raison d'intervenir. Il apparaît que la presse n'est pas le reflet parfait de l'état de l'opinion publique.*

8.4. Entretien avec le Directeur adjoint du Service de Renseignement de l'État du Luxembourg, 23 avril 2014

Selon vous, quelle est l'image des services de renseignement luxembourgeois auprès l'opinion publique luxembourgeoise ? Selon vous, les Luxembourgeois connaissent-ils bien leurs services de renseignement ?

SRE : *Il n'est pas aisé de répondre à cette question. À ce jour, il n'existe aucune étude approfondie sur la perception du SRE par le grand public. Une des rares valeurs récentes de référence que l'on puisse retrouver est un sondage réalisé au moment des révélations de la presse faisant écho de dysfonctionnements au sein du SRE. En juin 2013, au moment où la nécessité d'élections anticipées devenait de plus en plus évidente, 58 % des personnes interrogées ont répondu par la négative à la question de savoir si « Le SREL devait être dissout car nous n'avons pas besoin de service de renseignement au Luxembourg ». Il n'en reste pas moins que ces révélations autour des dysfonctionnements du SRE ont sérieusement écorné l'image du service. Les récentes révélations faites par Edward Snowdon n'ont fait qu'accentuer cette méfiance plus généralisée apportée aux services.*

Jusqu'il y a pratiquement deux ans, les Luxembourgeois connaissaient peu le service de renseignement, qui, traditionnellement, a très peu communiqué et au sujet duquel il existe peu d'informations dans le domaine des sources ouvertes.

En raison des discussions publiques qui ont eu lieu dans le sillage des révélations faites par la presse depuis l'automne 2012, plus de détails sur la nature du travail, les missions, les moyens dont dispose le SRE ainsi que sur la nature de la menace à laquelle le Luxembourg fait face ont été révélés. Dans ce contexte, notamment les auditions publiques organisées dans le cadre de la Commission d'enquête parlementaire ont jeté plus de lumière sur le SRE. Néanmoins, certaines idées reçues qui concernent les services de renseignement en général continuent à avoir la peau dure.

Que serait-il envisageable de faire pour améliorer cette connaissance ?

SRE : *Pour un service de renseignement, il importe non seulement d'être compris par l'opinion publique, mais à fortiori par les décideurs politiques ainsi que par la presse. Le SRE constate que le rôle du service de renseignement et les spécificités liées au métier du renseignement demeurent mal compris. Pour améliorer ces connaissances, il importe notamment de sensibiliser les faiseurs d'opinion.*

À ce titre, une initiative comme le BISC en Belgique est une approche fort intéressante parce qu'elle offre une plateforme d'échange sur le renseignement ouverte aux entreprises, aux décideurs politiques et à des chercheurs et étudiants spécialisés en la matière. Elle permet aussi à la presse spécialisée de participer aux travaux. Par ses ouvrages et séminaires, le BISC fait non seulement avancer les réflexions dans le domaine du renseignement, mais illustre concrètement aux acteurs concernés quelle peut être la valeur ajoutée du renseignement et comment l'utiliser.

Selon vous, quelle est l'image des services de renseignement luxembourgeois auprès des décideurs politiques ?

SRE : *Nous estimons que les décideurs politiques qui, au cours de leur carrière, ont eu l'occasion de découvrir de manière concrète le travail du SRE ou des services de sécurité en général ont une attitude en général moins critique, même si pour certains d'entre eux des réticences persistent. Ils comprennent pourquoi un tel service est nécessaire et qu'en raison de la nature de son travail il devra rester discret et disposer de méthodes et de ressources spécifiques tout en évoluant dans un cadre légal bien précis. Cependant, ils ont des difficultés à se familiariser avec les besoins et les contraintes concrètes du service. En revanche, les décideurs politiques qui n'ont pas eu l'occasion de se familiariser avec le travail du SRE, sont souvent nettement plus réservés. La bonne compréhension du métier du renseignement par les décideurs politiques s'avère d'autant plus importante au moment où le service traverse une crise.*

Pensez-vous qu'il existe une culture du renseignement au Luxembourg ?

SRE : *Dans ce domaine, il reste beaucoup à faire. Est-ce que cette absence de culture du renseignement est due au fait que jusqu'à la deuxième Guerre mondiale, le Luxembourg était neutre sur le plan international et que le service n'a été créé qu'en 1960 ?*

De manière générale, cette culture est très faiblement développée aussi bien au niveau des classes politiques, qu'au niveau de la presse ou des académiciens. Ainsi, la place du renseignement dans la prise de décision politique demeure encore faible. Par ailleurs, peu d'ouvrages ou de recherches ont été consacrés au sujet.

Que pensez-vous du traitement journalistique des questions de renseignement ?

SRE : *Le traitement a souvent tendance à reprendre les clichés et serpents de mer habituels. Il n'est pas rare que la terminologie utilisée ait une connotation négative. Notamment à un moment de crise, les vieilles théories de conspiration ou histoires anciennes remontent à la surface, sans pour autant toujours être placées dans le contexte historique et être assorties d'une analyse détaillée des faits. Les communiqués du SRE visant à redresser certaines affirmations ou les faits ou résultats positifs liés au travail du service obtiennent souvent un écho nettement plus modeste dans les médias.*

Pensez-vous que l'image des services du renseignement a une influence sur les choix politiques en la matière ?

SRE : *Il n'est pas exclu que l'image du SRE puisse avoir un impact sur certains choix politiques. Cette image qui a souffert en raison des révélations pourrait inciter des décideurs politiques à se montrer plus prudents lorsqu'il s'agit d'accorder des moyens au SRE. Encore que le gouvernement vient de déposer au parlement un projet de loi que le SRE estime comme étant approprié aux besoins du service.*

Que pensez-vous des initiatives de communication des services de renseignement, des sites internet mis en place ?

SRE : *Il est indispensable de communiquer, d'expliquer les missions d'un service et de parler aussi de ses valeurs et ses engagements. En revanche, les exemples des services qui se sont déjà lancés sur cette voie, montrent que cette ouverture ne les met pas à l'abri de jugements hâtifs notamment par la presse ou les milieux politiques.*

Pour quelles raisons les services luxembourgeois ne disposent-ils pas de site web ? Est-ce prévu dans l'avenir ? Pourquoi ?

SRE : *Actuellement, le service dispose d'une présence très modeste sur Internet. En effet, l'on retrouve deux communiqués officiels du SRE sur la page regroupant tous les ministères et administrations. Cette situation est due à différents facteurs. D'une part, le SRE n'avait pas l'habitude de communiquer directement. Cette communication se faisait soit par le ministère de tutelle soit via le Service information et presse. D'autre part, c'était aussi une question de ressources. Sur la base des leçons tirées de l'affaire des dysfonctionnements du SRE, cette approche changera sans aucun doute. Par ailleurs, à l'avenir il sera aussi plus facile pour une administration d'assurer une présence sur Internet comme le Service Information et presse du gouvernement offrira une assistance technique et une plateforme commune à toute administration souhaitant créer un site internet.*

Pensez-vous qu'il est pertinent que les services communiquent ? Quelles sont les limites ?

SRE : *Tout d'abord, il est utile de communiquer pour montrer que les services n'opèrent pas dans une zone de non-droit, mais qu'ils disposent d'un cadre légal qui définit leur mission et explicite leurs moyens et méthodes. Il s'agit aussi d'expliquer qu'un service tout comme toute autre*

administration a comme mission d'être au service des citoyens et de défendre les intérêts de son pays. Ensuite, tout comme pour toute autre administration, l'administré est en droit de savoir que les fonds alloués au service de renseignement sont utilisés à bon escient, même si ce contrôle est déjà effectué à d'autres niveaux (p.ex. via le contrôle parlementaire). Une communication, par exemple sous forme de rapport annuel, permet de présenter les activités et priorités du service. La communication doit cependant se limiter à ce qui est strictement nécessaire pour un service.

Quant aux limites en termes de communication, pour des raisons évidentes, il est moins aisé de communiquer sur les opérations en cours.

Selon vous, pourquoi le renseignement a-t-il si mauvaise réputation dans les médias ?

SRE : *Les services de renseignement ne sont souvent visibles dans les médias qu'au moment de dysfonctionnements et de crises. Pour les services il est souvent difficile de communiquer sur leurs succès au risque de compromettre leurs méthodes et opérations.*

Quels objectifs doit poursuivre une stratégie de communication efficace en matière de renseignement ?

SRE : *Elle doit mieux expliquer le métier du renseignement, la mission au service de l'État et le cadre légal du service de renseignement. Il s'agit aussi pour le service d'exprimer clairement qu'il est demandeur d'un cadre légal explicite assorti de mécanismes d'autorisation et de contrôle précis. Pour être efficace, cette communication devra être cohérente.*

Quels sont les buts poursuivis par la mise en place d'un site internet d'un service de renseignement ? Y-a-t-il des intérêts stratégiques vis-à-vis d'autres parties prenantes que le grand public, les médias et les politiques à diffuser des informations par ce type de canal ?

SRE : *Pour le SRE, une présence sur Internet devrait essentiellement permettre de mieux expliquer ses missions au grand public. Accessoirement, une présence sur Internet fournit aussi un forum au grand public via lequel il peut contacter le service au cas où il le souhaite. De plus en plus d'administrations ne se contentent d'ailleurs plus d'un site internet, mais assurent aussi une présence dans les médias sociaux.*

Qu'est-ce qui incite les service de renseignement à communiquer ces dernières années ?

SRE : *La communication, notamment la présence accrue sur Internet est une tendance généralisée que l'on constate au niveau de toutes les administrations. Faire comprendre la raison d'être d'un service et l'importance d'un service pour la sécurité nationale.*

Le Web est-il le lieu privilégié de cette communication ? Pourquoi ?

SRE : *Évidemment, le Web permet d'atteindre rapidement un très grand nombre de personnes à des coûts réduits. Cependant, une politique de communication efficace, ne pourra se contenter du seul Web. Comme pour toute action de communication, l'outil emprunté variera en fonction de la cible.*

8.5. Entretien avec différents fonctionnaires du Service Général de Renseignement et de Sécurité (Belgique), 30 juillet 2014

Selon vous, quelle est l'image des services de renseignement belges auprès l'opinion publique belge ? Selon vous, les Belges connaissent-ils bien leurs services de renseignement ?

SGRS 01 : *Boîte noire, activités obscures. Non, ils ne connaissent pas bien ces services.*
SGRS 02 : *Depuis quelques mois, le SGRS apparaît plus que de coutume dans la presse, principalement à son avantage (interview du CSGRS). La VSSE est également apparue, mais de manière plus négative (intervention de l'Administrateur Général, fuites et percée des données classifiées, etc.). Auprès de l'opinion publique, selon moi, le SGRS paraît avoir une bonne image, quoique limitée.*
SGRS 03 : *On ne connait que la Sûreté d'État car il n'y a qu'eux qui soient mentionnés dans les médias, généralement de manière négative. Le SGRS n'est pas du tout connu.*
SGRS 04 : *Les deux services, militaire (SGRS) et civil (Sûreté de l'État), sont peu connus du grand public, aussi tous les fantasmes sont possibles : de James Bond à l'incompétence (voir les déclarations de Monsieur Moureaux sur la VSSE). Donc, je pense que les Belges, en général, mais aussi les politiciens, voire les membres des administrations (SPF Affaires Étrangères, Intérieur, Justice, Économie, etc.) connaissent mal les compétences et les possibilités des services de renseignement.*

Que serait-il envisageable de faire pour améliorer cette connaissance ?

SGRS 01 : *Le contenu du briefing non classifié qui est donné à des visiteurs pourrait être utilisé mais je n'imagine pas dans quel contexte. Une émission télévisée pourrait être réalisée. La difficulté consisterait cependant à ne pas dévoiler d'informations classifiées ou sensibles tout en présentant le sujet de façon attrayante et instructive.*
SGRS 02 : *Développer un site web attractif et moderne, tout en ne diffusant que des informations générales mais utiles (style site web de la DGSE), être présent (CSGRS) aux grands événements ciblés (conférences high level, débats, etc.).*

SGRS 03 : *Est-ce nécessaire? Je n'y vois des avantages que dans un but de recrutement. Le mystère est peut-être notre plus grand atout. Trop d'ouverture pourrait mener à une image moins attrayante. On pourrait voir que notre travail ne comporte que très peu de « James Bond ».*
SGRS 04 : *Oui, via une politique de communication plus ouverte et régulière. Comme, par exemple, la publication de rapports annuels, d'analyses déclassifiées, de cas historiques, etc. Il ne faut pas seulement une communication de crise. Une volonté d'aller vers le « client » est également indispensable. Par exemple : des contacts (plus) réguliers avec les conseillers sécurité et renseignement du Premier Ministre, des Vice-Premiers Ministres ou avec les think tanks politiques (IEV, IJG, etc.).*

Selon vous, quelle est l'image des services de renseignement belges auprès des décideurs politiques ?

SGRS 01 : *Bonne. Pour avoir assisté à de nombreuses reprises à des commissions parlementaires « Défense » à huis clos, je peux dire que les réactions des membres sont positives lorsqu'ils reçoivent des informations du SGRS. La relative transparence est appréciée.*
SGRS 02 : *Depuis un certain temps, le SGRS jouit d'une bonne image auprès de la classe politique (interventions remarquées dans certains dossiers très sensibles). En revanche, c'est auprès de la propre structure « Défense » que l'image du SGRS est médiocre, voire dénigrée.*
SGRS 03 : *La Sureté d'État est vue comme composée d'amateurs, qui commettent trop de fautes. Mais, ils ont bien sûr les dossiers « high profile ». Le SGRS sont des professionnels, qui commettent peu de fautes.*
SGRS 04 : *C'est un monde inconnu auquel ils hésitent à faire confiance. Il y a un sentiment qu'ils pourraient faire l'objet d'enquêtes parallèles, que les activités ne sont pas suffisamment encadrées.*

Pensez-vous qu'il existe une culture du renseignement en Belgique, en Europe ?

SGRS 01 : *Une culture de la sécurité : clairement non. Du renseignement, je ne pense pas non plus.*

SGRS 02 : *Non, en Belgique la culture du Renseignement a du mal à pousser. Au sein de la Défense belge, c'est encore pire, cette culture est piétinée. C'est triste à dire, mais le belge y prêtera attention lorsqu'il sera lui-même confronté à une menace ou un attentat. En Europe, ce sentiment varie d'un pays à l'autre.*

SGRS 03 : *Non, pas du tout. Dans tous les contacts que j'ai avec les autres ministères, m'est apparu qu'ils n'ont pas cette culture. La manière avec laquelle ils traitent les informations confidentielles parle d'elle-même. Il n'existe pas de culture du renseignement européenne, non plus. Je précise que j'ai travaillé 3 ans dans la division renseignement de l'EUMS. Les échanges d'informations vraiment sensibles ne se font que de manière bilatérale.*

SGRS 04 : *Non, il n'y a ni culture, ni tradition du renseignement en Belgique. Certains pays comme le Royaume-Uni ou la France ou l'Allemagne ont une longue tradition en la matière. Ceux du Nord, plus influencé par la tradition anglo-saxonne, sont plus conscientisés sur la nécessité du renseignement.*

Que pensez-vous du traitement journalistique des questions de renseignement ?

SGRS 01 : *Les divers articles récemment parus tant à propos du SGRS que de le Sûreté de l'État font preuve de l'intérêt porté aux questions de renseignement. Le contenu de ces articles est fidèle à la réalité. Les journalistes se sont bien documentés.*

SGRS 02 : *Ce qui apparaît dans la presse au sujet des Services de renseignement est incomplet et tronqué. Mais a le mérite d'exister. Une meilleure communication adaptée est nécessaire, répondant à une politique de communication bien pensée.*

SGRS 03 : *Je n'ai pas d'avis à ce sujet.*

SGRS 04 : *Il est le fait d'un très petit nombre de journalistes (4 à 5, maximum). Seuls 2 ou 3 savent réellement de quoi il s'agit.*

Pensez-vous que l'image des services du renseignement a une influence sur les choix politiques en la matière ?

SGRS 01 : *Bien sûr. Il est donc primordial que les commissions parlementaires soient informées de façon honnête et dans la juste mesure du « besoin d'en connaître » pour ensuite convaincre les ministres de prendre les bonnes décisions en la matière.*

SGRS 02 : *Oui, certainement. Les choix politiques, en Belgique, sont davantage conditionnés par l'image donnée et ressentie.*

SGRS 03 : *Nous ne donnons notre avis que sur la situation du point de vue « sécurité ». Ceci n'est qu'un élément du dossier. L'idée que le politique a de nous y est soumise. Même avec une mauvaise image, il leur faudra prendre notre avis en compte.*

SGRS 04 : *En Belgique, il y a une crainte des politiciens d'un coup d'État, le fantasme qu'ils soient l'objet d'écoutes, de procédures non légales ou réglementaires, de croyances que leurs propres réseaux d'informations sont plus fiables. Beaucoup hésitent à vouloir développer une Défense, mais aussi des services de renseignement très efficaces : ils rognent donc sur les crédits, le personnel. « Suffisamment, mais pas trop » semble être le mot d'ordre. Il faut un drame (Rwanda 1994, tuerie au Musée juif de Bruxelles, capture d'otages, piraterie contre un navire portant un pavillon belge, incident cyber [et encore], etc.) pour qu'une réaction ait lieu et après avoir sacrifié un/des boucs émissaires, des moyens sont alloués, puis avec le temps, la nécessité est vaincue par d'autres priorités et le cycle recommence.*

Que pensez-vous des initiatives de communication des services de renseignement, des sites internet mis en place ?

SGRS 01 : *Je n'ai pas connaissance de ces initiatives.*

SGRS 02 : *Les initiatives prises récemment (interviews données au MO et au Soir) sont positives. Cela étant, le souci permanent doit être de maintenir le « need to know ». Bien prendre en compte les conséquences de la divulgation d'information est une nécessité. Les services partenaires, belges et étrangers, ne doivent en aucun cas être cités ou impliqués. Le site internet est par contre inadapté. Une adresse propre est nécessaire (et non mil.be/acosis), un contenu intéressant, illustré et utile est indispensable si l'on veut améliorer l'image.*

SGRS 03 : *Je n'en connais pas personnellement donc je n'ai pas d'opinion.*

SGRS 04 : *L'espace sur le site de la Défense occupé par ACOS IS*[649] */ SGRS est le service minimum.*

Pour quelles raisons les services belges ne disposent-ils pas/plus de site web ? Est-ce prévu dans l'avenir ? Pourquoi ?

SGRS 01 : *Je l'ignore.*
SGRS 02 : *Bonne question.*
SGRS 03 : *Nous n'avons pas vraiment besoin d'un site web. Nous ne pouvons pas vraiment partager d'information, ni même recruter*
SGRS 04 : *Il y a confusion entre SGRS et ACOS IS. Dans le second cas, étant un des services de la Défense, la politique de communication de la Défense est de rigueur. Celle-ci a supprimé la possibilité d'avoir un site particulier, hors le site central de la Défense. Une volonté existe dans le chef du Général commandant le SGRS d'avoir son propre site comme le MI6, le MIVD, le SRC, etc.*

Pensez-vous qu'il est pertinent que les services communiquent ? Quelles sont les limites ?

SGRS 01 : *Dans les limites fixées légalement.*
SGRS 02 : *Oui, bien sûr, mais dans les limites du « need to know ». Il y va de notre crédibilité auprès des services partenaires étrangers. Visitons le site de la DGSE, du MI6 ou de la CIA pour se faire une bonne idée.*
SGRS 03 : *Seulement à des fins de recrutement.*
SGRS 04 : *Oui, cela est indispensable de nos jours. Ne pas communiquer est déjà en soi un message. Les limites sont de pouvoir continuer à travailler en sécurité pour notre personnel, pour nos sources, nos contacts.*

[649] Assistant Chief of Staff Intelligence and Security.

Selon vous, pourquoi le renseignement a-t-il si mauvaise réputation dans les médias ?

SGRS 01 : *Je ne pense pas qu'il a mauvaise réputation. Cependant, il est humain de se méfier de ce qu'on ne connait pas ou pas bien.*
SGRS 02 : *Si le renseignement a mauvaise réputation dans les media (ce que je ne crois pas), c'est que l'image est tronquée. Il faut pouvoir montrer que le SGRS peut clairement être une plus-value pour la sécurité en Belgique et également pour les intérêts belges et ressortissants à l'étranger, notamment grâce à ses moyens uniques et performants.*
SGRS 03 : *C'est une conséquence des scandales étrangers du genre « la NSA contre Snowden ». Le SGRS n'est pas vraiment connu.*
SGRS 04 : *Le monde du renseignement est qualifié de boîte noire. On ne sait pas comment cela fonctionne, à quoi cela sert, ni à qui. On ne connaît pas sa plus-value. Il y a une réputation de 'no comment', de grande muette.*

Quels objectifs doit poursuivre une stratégie de communication efficace en matière de renseignement ?

SGRS 01 : *Un service de renseignement n'a pas vocation à n'engager que des jeunes recrues. La communication externe n'a donc pas pour unique objectif de susciter des vocations professionnelles chez les étudiants à la recherche d'un emploi. Cependant, un minimum de communication pourrait non seulement insuffler au sein de la population un sentiment d'utilité, de respect de la loi et d'efficacité.*
SGRS 02 : *Expliquer les missions, démontrer l'utilité du SGRS pour le pays et ses intérêts et ses ressortissants à l'étranger, rassurer en expliquant le cadre légal, présenter de manière générale la manière de fonctionner (infos ouvertes disponibles sur Internet), les moyens dont dispose le SGRS (sans données chiffrées).*
SGRS 03 : *Cela dépend du besoin : Gouvernement, Ministère de la Défense, bloc 1, la population, etc. Chaque public cible exigera une autre stratégie.*
SGRS 04 : *Informer le public et les décideurs. Une politique de communication ne se limite pas à un vecteur ou un canal de communication.*

Quels sont les buts poursuivis par la mise en place d'un site internet d'un service de renseignement ? Y-a-t-il des intérêts stratégiques vis-à-vis d'autres parties prenantes que le grand public, les médias et les politiques à diffuser des informations par ce type de canal ?

SGRS 01 : *Je ne pense pas que la mise en place d'un site internet soit une bonne chose si ce site ne contient que très peu d'informations. En l'occurrence, le site d'un service de renseignement pourrait être contre-productif d'un point de vue communication. Je ne vois pas quelles autres parties que celles citées dans la question seraient prenantes.*
SGRS 02 : *Le but d'un site web est d'informer sur l'existence, les missions, la structure (globale), les moyens, mais non pas pour diffuser de l'information.*
SGRS 03 : *Même réponse que précédemment. Les buts vont différer selon le public ciblé. Nous pourrions utiliser le site pour, via enregistrement, login et mot de passe, mettre des OSINT*[650] *à la disposition de nos clients. Ou bien, pour publier des archives déclassifiées (Guerres mondiales, opérations en Afrique, etc.) après dépassement de la période de classification (50 ans, je pense).*
SGRS 04 : *Se faire connaître et reconnaître : se positionner comme un service sérieux, compétent, méthodique, moderne. C'est un peu comme convaincre de l'utilité de se payer une assurance. Si l'efficacité est démontrée, il est plus facile d'obtenir des budgets nécessaires. Il s'agit aussi de pouvoir être utilisé à bon escient par les autorités fédérales et régionales, de diffuser une vision plus objective de certaines situations afin que les décideurs se fondent sur des données non biaisées. Et puis, cela permet d'informer la presse afin de disposer de relais vers la société pour les messages à faire passer. Un climat de confiance et de professionnalisme doit être développé.*

Qu'est-ce qui incite les service de renseignement à communiquer ces dernières années ?

SGRS 01 : *Le besoin de prouver la légitimité des actions de ces services. Ôter des esprits l'idée d'État dans l'État.*

[650] Open Source INTelligence : renseignement d'origine source ouverte.

SGRS 02 : *Le besoin d'existence (et donc convaincre de la nécessité de disposer de moyens en personnel et financiers) à une époque où les restructurations sont légions, la multiplication de menaces asymétriques et diffuses.*
SGRS 03 : *Pas d'avis.*
SGRS 04 : *Le manque de moyens budgétaires (pour en avoir il faut faire connaître la plus-value de l'investissement consenti par les citoyens). Les scandales (Snowden, détournements de fonds, etc.) incitent également à communiquer pour rassurer les citoyens : face aux menaces contre notre société, contre nos valeurs, contre nos intérêts, l'État ne reste pas inactif et a des senseurs lui permettant de se positionner, d'agir, d'anticiper.*

Le Web est-il le lieu privilégié de cette communication ? Pourquoi ?

SGRS 01 : *À mon avis non. Le fait de placer trop peu d'informations sur le site induirait un sentiment de méfiance contre-productif vis-à-vis des objectifs recherchés.*
SGRS 02 : *Le Web est effectivement un des lieux privilégiés : vivons à notre époque.*
SGRS 03 : *Le Web est encore le seul canal qui ait un avenir. Le reste appartient au passé. Une version mobile du site devrait quand même exister.*
SGRS 04 : *C'est un passage obligé vu l'utilisation globale de ce vecteur de communication. Le premier réflexe est de regarder sur le net ce que l'on trouve, dit d'un sujet.*

Y-a-t-il des spécificités dans le domaine du renseignement militaire, en matière de communication ?

SGRS 01 : *Le souci de protéger les sources, de respecter la loi sur la vie privée, la loi sur la protection des informations classifiées, etc.*
SGRS 02 : *Oui, bien entendu. Avant de communiquer quelque chose en matière de renseignement, il est impératif d'analyser la portée et les conséquences. Un « comité de rédaction » reprenant les représentants des différentes entités du SGRS serait utile. Une fois l'information diffusée, c'est trop tard car elle est répercutée sans délais dans le monde entier et cela peut faire des dégâts.*

SGRS 03 : *Le site sera certainement la cible de hackers. Il faudra donc prévoir une sécurité accrue, si la question était entendue dans ce sens.*

SGRS 04 : *Oui, tout ne peut pas être dit afin de protéger ses sources. Il faut « sanitiser » l'information, ce qui exige du temps. Dans notre pays, il faudrait un site quadrilingue (au minimum trilingue, du moins) : français, néerlandais, anglais et allemand. Certains sujets d'étude doivent rester dans l'ombre : ne pas risquer d'alerter les « cibles », ni dévoiler ce que nous savons ou ne savons pas. La structure détaillée, tout comme le budget, doivent rester secret car il ne faudrait pas donner d'indices sur nos moyens réels et donc comment saturer nos capacités de collecte et/ou d'analyse.*

Envisagez-vous la mise en ligne d'un site web au SGRS ?

SGRS 01 : *Je l'ignore.*

SGRS 02 : *Oui, c'est une idée intéressante et bénéfique pour le service, à condition que ce soit extrêmement bien géré.*

SGRS 03 : *Oui.*

SGRS 04 : *Un site web n'est viable que s'il est alimenté très régulièrement et ce d'une façon très professionnelle. Actuellement, nous n'avons pas, sur fond propre, de personnel à détacher mais ce serait indispensable. Il faut que la charge de travail soit absorbable.*

À quel public s'adresserait-il ? Quel serait le but ?

SGRS 01 : *...*

SGRS 02 : *Aux politiques, aux institutions partenaires (SPF Affaires Étrangères, AI, PolFed, Douanes, ...), au grand public civil, aux recrues potentielles.*

SGRS 03 : *Voir les autres questions.*

SGRS 04 : *À toute personne intéressée par ce qui se passe dans le monde au niveau de la sécurité dans divers domaines : énergie, voies maritimes, régions en conflit, tensions internationales, menaces diverses contre la société, les citoyens, les intérêts belges à l'étranger.*

Cela servirait comme outil de prévention : avertissement, conseils aux entreprises et aux citoyens, meilleure connaissance des menaces identifiées ou en devenir.

8.6. Entretien avec RAPAILLE (G.), Président du Comité permanent de Contrôle des services de renseignement et de sécurité (Belgique), 27 mars 2015

Selon vous, quelle est l'image des services de renseignement belges auprès l'opinion publique, de la presse ?

GUY RAPAILLE : *Les journaux connaissent la Sûreté de l'État, mais ignorent qu'il existe un service de renseignement militaire. L'opinion que les gens ont des services de renseignement est assez mauvaise et la Sûreté souffre de cela. Je dirais que c'est assez généralement le cas dans les pays de culture latine : le renseignement n'est pas bien admis, ni compris. Pour la Sûreté, l'administration des années 80-90, soit la période durant laquelle Albert Raes était Administrateur de la sûreté de l'État, a contribué à forger cette image négative. On pourrait donc dire que c'est souvent à la Sûreté de cette période qu'il est fait référence. Récemment, il y a eu un changement avec l'opération de Verviers. J'ai remarqué que les services de renseignement n'avaient pas été critiqués et que l'on a insisté sur l'excellente collaboration entre la police et les services de renseignement. Mais, c'est vrai qu'il y a une ignorance et une idée générale assez négative quant au renseignement.*

Et pour ce qui est de la presse, spécifiquement ?

GUY RAPAILLE : *En 2013 ou 2014, il y a une note classifiée de la Sûreté qui est parue dans la presse. Cette note concernait les actions entreprises par l'église de scientologie à l'égard des mandataires. Immédiatement, il y a eu une série d'articles négatifs tels que « la Sûreté espionne les politiques » et ce genre de choses. Après l'attentat au Musée juif, par contre, il n'y a eu aucun article négatif. C'est assez étonnant. Pour le SGRS, on sait encore moins ce qu'ils font. Il n'a donc pas d'information : ni négative, ni positive. Ainsi, les médias n'ont pas investigués du côté du SGRS lors du scandale du « réseau Echelon ». C'est assez étrange. Le SGRS a une image assez neutre. Et puis, il faut dire aussi que cela dépend des journalistes. Certains d'entre eux, ont une idée assez négative sur la Sûreté. Dans le Morgen, par exemple, il y a eu des textes assez négatifs. Et puis, dans certains cas, il y a des journalistes qui sont très bien informés et qui sont plus mesurés dans leurs propos. Nos relations sont d'ailleurs cordiales avec eux et certains prennent contact avec*

nous avant d'écrire leurs articles sur des sujets qui nous concernent pour obtenir des éclaircissements complémentaires. Dans d'autres cas, nous sommes parfois surpris de lire ce qui a été écrit dans la presse, et ce d'autant plus quand nous n'avons pas eu l'occasion de nous expliquer.

Quant est-il de l'image du renseignement auprès des décideurs politiques ?

GUY RAPAILLE : *Je dirais qu'il y a des vieux sénateurs qui ont toujours la même image de la Sûreté que dans les années 80. Il faut tout de même préciser qu'à cette époque, il n'y avait pas de lois qui encadraient les activités des services. Or beaucoup de choses ont évoluées. Il est possible qu'avec la nouvelle génération et la question de la lutte contre le terrorisme, les choses vont peut-être changer. Évidemment, c'est très subjectif ce que je vous dis. Et puis, cela dépend aussi des hommes politiques, de leur parcours et de leur expérience. Il y a ceux qui ont été en contact avec les services parce qu'ils ont occupé des fonctions telles que Ministre de la Défense, Ministre de la Coopération au Développement, ou d'autres fonctions en lien avec les matières que gèrent les services de renseignement, qui en ont bien souvent une image plus positive. Pour d'autres politiciens, il reste toujours cette image héritée des années 80 selon laquelle la Sûreté c'est « magouilles et compagnie ». Et puis, certains pensent que le renseignement est malheureusement nécessaire, mais que les services sont à museler et à surveiller car ils représentent un danger potentiel pour la démocratie.*

Comment se fait-il qu'il n'y ait pas une plus grande conscience de la nécessité d'entretenir des services de renseignement performants en Belgique ? Et ceci, d'autant plus que Bruxelles est devenue, semble-t-il, un « nid d'espions » à cause des institutions internationales qu'elle abrite. Or les deux services belges semblent connaître des difficultés budgétaires et de personnel. Le SGRS parle de « mode survie » et la Sûreté de fonctionnement « sous le seuil critique ».

GUY RAPAILLE : *En Belgique, le renseignement n'a jamais été valorisé et il n'y a pas de culture étatique du renseignement. On ne sait pas trop à quoi ça sert. En conséquence, nous n'avons jamais vraiment investi dans le renseignement. Maintenant, dans le contexte de crise que nous connaissons, la question est de savoir si nous allons appliquer de façon linéaire les décisions prises au niveau fédéral*[651] *? Il y a, en Belgique, non seulement une absence de culture du renseignement, mais aussi une absence de conscience du danger. A-t-on, au niveau politique, une conscience des risques d'espionnage ? Non, car ce n'est pas médiatique : personne ne le sait, personne ne le voit. Il y a aussi une contradiction politique : nous sommes heureux d'accueillir les sièges de l'OTAN et de la Commission européenne, mais nous ne voulons pas en tirer les conséquences. Il y a un risque d'espionnage et d'ingérence. Sans ces institutions, Bruxelles serait une capitale banale. On a 5000 diplomates accrédités en Belgique ! Et pourtant, la Belgique ne se donne pas les moyens d'agir.*

Communiquer sur le rôle des services pourrait infléchir les choses, vous pensez ? Est-ce que la communication d'un service de renseignement devrait pouvoir rendre compte du retour sur investissement, en quelque sorte ?

GUY RAPAILLE : *C'est vrai que du point de vue du rapport qualité-prix, si je puis m'exprimer ainsi, le renseignement est peu couteux par rapport à ce qu'il apporte comme résultats. Mais, je crois qu'il faut d'abord voir à qui s'adresse la communication. Si la question est celle d'avoir un site web, oui pourquoi pas, pour avoir une meilleure image… Les services devraient avoir un site pour rappeler ce qu'ils font. Ça, c'est pour le grand public. L'aspect recrutement est aussi important : il y a eu beaucoup de gens qui ont été intéressés par les campagnes de recrutement de la Sureté dans la presse. Cette campagne a été bien reçue et les candidatures ont été nombreuses… Le problème que connaissent les services de renseignement, c'est que trop souvent quand ils communiquent, c'est de la communication de crise. Il y a eu des améliorations, bien sûr, surtout*

[651] Dans le contexte budgétaire de la Belgique, fin 2014 et début 2015, le Gouvernement fédéral envisage de faire des économies dans de nombreux Services Publics Fédéraux, dont ceux de la Défense et de la Justice. Ces restrictions budgétaires supplémentaires auront donc un impact sur les services de renseignement qui dépendent de ces départements et qui connaissent déjà depuis plusieurs années une situation de fonctionnement rendue complexe par les faibles moyens qui leur sont alloués.

depuis Alain Winants[652] *qui a donné des interviews. Donc, c'est en progrès, car on partait d'une situation où les services ne communiquaient jamais.*

Par rapport aux politiques, l'effort doit venir des deux côtés. Il est vrai qu'il y a une attention à apporter à la communication. La Sûreté publiait des rapports d'activités, ces dernières années. Le SGRS gagnerait en ouverture à le faire aussi. Il y a aussi la question des sites internet qui permettrait d'améliorer la compréhension des activités et d'adopter une posture d'ouverture. Ouverture, mais pas transparence, vu la nature des activités exercées. Mais, ça doit venir aussi des politiques, du Parlement, par exemple.

Y-a-t-il une culture du renseignement en Belgique, en Europe ? Qu'est-ce que cette culture, exactement ? Comment ça se crée ?

GUY RAPAILLE : *La culture du renseignement est la conscience de la nécessité de recourir au renseignement. Cette conscience s'accompagne du respect des services, qui se traduit notamment par le fait de leur donner les moyens nécessaires à l'exercice de leurs missions, et de la garantie de la conservation du secret. Oui, cela peut se créer, mais c'est un travail de longue haleine. Il n'y a pas de culture du renseignement en Belgique pour la simple raison qu'il n'y a pas de culture d'État. J'espère que les succès actuels de la lutte contre le terrorisme vont permettre d'améliorer les choses et que l'on va pouvoir affirmer que tout ne peut pas dire, tout ne peut pas s'écrire car les services ont besoin d'œuvrer dans le secret pour éviter de mettre des vies en danger et pour garantir le succès de certaines de leurs opérations. En démocratie, il faut pouvoir accepter une part de secret, ce qui a l'air de s'opposer à la notion de démocratie. Le secret ne cache pas des choses inavouables mais permet aux services d'être efficaces. Le secret des sources des journalistes qui est similaire en certains points n'est pas tant critiqué et il est même dit que cela contribue à la sauvegarde de la démocratie.*

Ce secret est nécessaire pour pouvoir recruter des sources et leur offrir la garantie de l'anonymat, par exemple. C'est une question de confiance. Il y a des pays où il n'y a jamais de fuites

[652] Alain Winants était Administrateur de la Sûreté de l'État entre 2006 et 2014.

dommageables aux services. En Belgique, on a eu un rapport sur la Syrie qui n'avait pas été présenté officiellement et qui s'est retrouvé commenté dans la presse. En Belgique, on a pas mal de fuites, ce qui affaiblit l'image des services et du pays.

Ce rapport sur la Syrie ne devait être connu que de quelques personnes, comme des politiciens, j'imagine. Cela signifie que même les politiciens belges ne savent pas garder le secret ?

GUY RAPAILLE : *Vous savez qu'il y a eu des débats pour savoir si les sénateurs pouvaient avoir une habilitation de sécurité. Est-ce nécessaire ? Ça n'a jamais été tranché. Il faut bien se rendre compte qu'une information non-classifiée peut être une information sensible qu'il n'est pas nécessaire d'afficher dans la presse le lendemain. Même certains de nos politiciens ont des difficultés à comprendre cela, semble-t-il. « D'où viennent les fuites ? » : c'est la bonne question à se poser.*

Je voudrais revenir sur quelque chose que vous m'aviez dit il y a quelques temps. Vous aviez déclaré que la communication des services américains était « de la propagande ». Est-ce que vous le maintenez ?

GUY RAPAILLE : *Oui. J'ai dit cela parce que je pense qu'une communication n'est jamais neutre. Ne pas communiquer, c'est déjà faire passer un message. Maintenant, je vois que c'est le mot « propagande » qui pose problème parce que dans le dictionnaire ce mot a une connotation péjorative. On n'aime pas ce mot qui fait penser aux différents régimes totalitaires. Quand je vois que sur les sites des sites américains, il y a des jeux pour les enfants, c'est à de la propagande que cela me fait penser. C'est-à-dire que cela contribue à vouloir donner une bonne image, j'en conviens, mais c'est aussi de la propagande dans le sens de « bonne publicité ». Au fond, il s'agit de d'atteindre un but en valorisant les choses positives et en passant sous silence les choses négatives. Ce n'est bien entendu pas objectif, ce que je vous dis là. Regardez, par exemple, dans les séries américaines, les USA sont toujours présentés comme étant perpétuellement visés par les*

terroristes. Pour lutter contre ces attaques, la télévision et le cinéma montrent une débauche de moyens qui sont autant d'intrusions dans la vie privée. Quelque part, on vend ces idées et celle de la menace terroriste dans les médias.

Hollywood serait, en somme, la meilleure des communications sur les services de renseignement américains ? Alors, quand prévoyez-vous de proposer l'idée d'une série télévisée sur la Sûreté de l'État ?

GUY RAPAILLE : *Hollywood et les séries télévisées contribuent très certainement à donner une image positive du renseignement américain. C'est assez clair, il me semble. Par rapport à votre autre question, je crois que VTM voudrait faire une série sur la Sûreté*[653]*. Si on veut coller à la réalité, ça ne va pas attirer les foules car nous n'avons pas les mêmes moyens. Et puis, ce n'est pas dans la culture belge de faire qumeque chose comme ça.*

Certains services de renseignement, tels que la CIA ou la NSA, sont présent maintenant sur les réseaux sociaux. Est-ce que vous êtes un utilisateur de ces médias ? Qu'en pensez-vous ?

GUY RAPAILLE : *Non, je ne suis pas un utilisateur de Facebook ou de Twitter. C'est un danger, par contre, pour les agents des services d'apparaître sur les réseaux sociaux. Et ces mêmes agents peuvent aussi représenter un danger pour autrui, ou pour leurs collègues qui n'ont pas de présence online. Le danger est moindre pour moi. Mais, c'est un sujet auquel nous sommes sensibilisés et auquel nous allons devoir faire face et pour lequel un rapport du Comité devrait être disponible prochainement.*

Voici différents tweets et documents en rapport avec le renseignement. Qu'en pensez-vous ?

[653] De Bunker, une série télévisée de 2015.

Figure 27 : Réponse de @wikileaks à @CIA

GUY RAPAILLE : *Cela illustre bien le fait qu'il n'y a pas de communication sans danger. C'est à ce problème que s'est heurté Alain Winants. Là on voit que la CIA essaye de se montrer ouverte et puis Wikileaks leur tombe dessus. Avant de commencer à communiquer sur tel ou tel sujet, il est indispensable de procéder à une analyse de risques. On risque toujours de se voir opposer « vous ne nous dites pas tout » ou bien « vous nous dites ça, mais on constate autre chose ». Le risque majeur serait que quelqu'un s'adresse à nous en disant « vous nous mentez », ce qui pourrait présenter le service comme une organisation nuisible. Le problème des médias sociaux est que cela suppose un dialogue et donc c'est impossible à maîtriser totalement.*

Est-ce que vous pensez aussi, comme Monsieur Wuest-Famose l'a mentionné, qu'il y a un risque de voir révéler une opération en cours si le service est présent sur les médias sociaux ?

GUY RAPAILLE : *Non. Enfin, il n'est jamais possible de tout à fait l'exclure. Mais, il y a d'autres risques sur le Web tel que donner une porte d'entrée à un hacker ou à un service étranger. Ça c'est à prendre en compte.*

Figure 28: Tweet de BBC News à propos des nouveaux directeurs du MI6 et du GCHQ

GUY RAPAILLE : *Oui, c'est vrai que les chefs des services de renseignement doivent apprendre à communiquer. Enfin, pas forcément le chef… Mais, c'est vrai que l'aspect communication est à prendre en compte. Le côté didactique de la communication est important, à ce titre. Ça permet de mieux faire connaître et comprendre les actions, les moyens et à démystifier. Ça peut aussi contribuer à donner une meilleure image des services et, peut-être, à diffuser une culture du renseignement.*

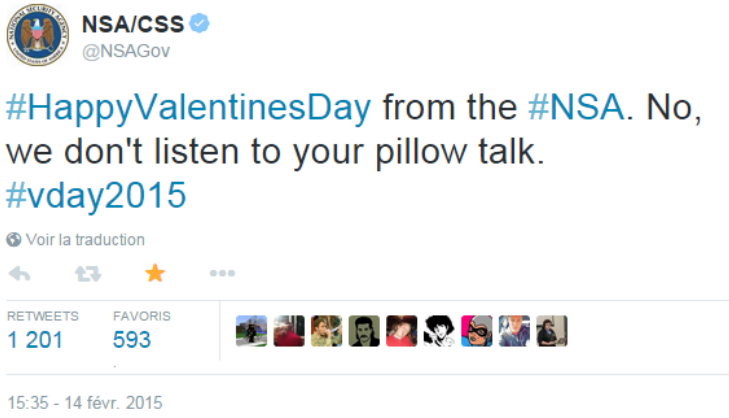

Figure 29 : Tweet de la NSA pour la Saint-Valentin 2015

GUY RAPAILLE : *C'est intelligent. Il y a une forme d'humour et puis c'est assez original. Ça donne une image sympathique et humaine de la NSA.*

Figure 30 : Document provenant de la publication "We'd like to dispel 10 myths about working for the Central Intelligence Agency"

GUY RAPAILLE : *Cela suscite la curiosité. On n'attire pas les gens en leur disant qu'ils vont taper des rapports huit heures par jour. C'est une manière de vendre la fonction en montrant l'aspect positif. C'est une communication destinée à recruter et ça m'évoque la campagne de recrutement de la Sûreté. Je ne sais pas si vous avez vu ces affiches : c'était une énigme particulièrement ardue à résoudre. Et je dois dire que je ne sais même pas si j'avais réussi à trouver la solution. Ça attirait l'attention.*

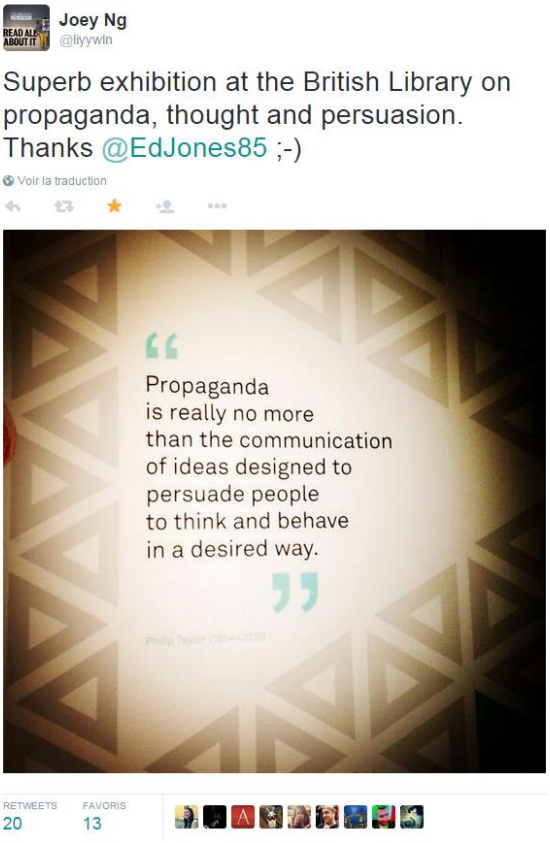

Figure 31 : Tweet présentant une définition de la propagande

GUY RAPAILLE : *Oui, je suis assez d'accord avec cette définition. Comme je vous le disais plus tôt, c'est de la « communication orientée ».*

Figure 32 : Tweet d'Anna Chapman, ancienne espionne russe, destiné à Edward Snowden, ancien employé de la NSA et de la CIA

GUY RAPAILLE : *Je ne sais pas si l'affaire Snowden a vraiment contribué à donner une mauvaise image du renseignement. Je crois que, pour le grand public, ça a été vite oublié. Mais, ce sont surtout les politiciens qui ont pris conscience de certaines choses. Si vous faites un micro-trottoir et que vous demandez aux gens qui est Edward Snowden, vous verrez que les gens ont oublié. Dans le monde politique, il y a eu une prise de conscience que les choses ne sont pas si simple. Nous avons d'ailleurs consacré une partie de notre rapport 2013 à Prism et Echelon.*

Figure 33 : Publication du rapport de la commission du renseignement du Sénat américain sur le programme d'interrogatoire renforcé de la CIA[654] et les "Black Sites[655]"

GUY RAPAILLE : *C'est vrai que la CIA a été mise en cause à de nombreuses reprises, mais elle n'a jamais été démantelée. Malgré les scandales, le recrutement n'a jamais tari et cela n'a pas non plus incité les politiciens à museler la CIA. Je crois que le problème, et c'est évident quand on regarde le cas de l'invasion de l'Irak en 2002[656], c'est l'incapacité de la CIA de résister aux pressions de l'administration, de l'administration Bush dans ce cas. L'Agence a perdu de sa crédibilité au niveau politique, mais pas au niveau de l'opinion publique.*

[654] SENATE SELECT COMMITTEE ON INTELLIGENCE, *Committee Study of the Central Intelligence Agency's Detention and Interrogation Program*, 13 décembre 2012 (déclassifié le 3 décembre 2014), [En ligne], <http://www.intelligence.senate.gov/study2014/sscistudy1.pdf> (Page consultée le 9 janvier 2015).

[655] Prisons secrètes de la CIA dans différents pays.

[656] Voir à ce sujet le rapport publié en décembre 2014 par RAND Corporation, GOMPERT (D. C.), BINNENDIJK (H.) et LIN (B.), *Blinders, blunders, and wars. What America and China can learn*, 2014, [En ligne], <http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR700/RR768/RAND_RR768.pdf> (Page consultée le 9 janvier 2015) et NATIONAL INTELLIGENCE COUNCIL, *National Intelligence Estimate. Iraq's Continuing Programs for Weapons of Mass Destruction*, 1 octobre 2002 (première déclassification en 2004, puis en 2015 dans une version non caviardée), [En ligne], < http://documents.theblackvault.com/documents/iraq/iraq-wmd-nie-01-2015.pdf> (Page consultée le 20 mars 2015).

Que pensez des initiatives de communications destinées à lutter contre la radicalisation et la propagande djihadiste ? Est-ce une mission qui incombe aux services de renseignement ?

GUY RAPAILLE : *Avant de communiquer sur le radicalisme, il faudrait en comprendre les causes. Or aucune étude sérieuse n'a été faite à ce jour. Quand on discute avec certaines personnes qui se sont vraiment intéressées au sujet, on apprend des choses étonnantes. Par exemple, savez-vous que certains jeunes partis pour la Syrie avaient acheté avant leur départ l'« Islam pour les nuls » et le « Coran pour les nuls »*[657] *? Je crois que ce sont des personnes qui ne trouvent pas leur place dans la société. Et je ne pense pas que le problème se solutionnera avec des clips vidéos, mais plutôt en cherchant à comprendre les causes de la radicalisation, en cherchant en amont du problème.*

Quelles sont les caractéristiques d'un service de renseignement dans un État démocratique ?

GUY RAPAILLE : *Un service de renseignement dans un État démocratique est d'abord une administration au service de l'État et des citoyens. Il doit à la fois agir dans les limites du champ légal qui lui est assigné et de manière efficace pour protéger les intérêts de l'État et des citoyens. Légalité et efficacité ne sont pas contradictoires. Ils se renforcent mutuellement et donnent la légitimité aux services.*
L'efficacité implique aussi que le service doit s'adapter en permanence aux évolutions technologiques et la légalité implique que le service doit aussi veiller à ce que le cadre légal évolue selon les avancées technologiques.

Pourquoi le Comité R a-t-il un site web ? A qui s'adresse-t-il ?

[657] ROBINSON (M.), *British terrorists from Birmingham bought 'Islam for Dummies' book before travelling to Syria to join rebel fighters in jihad*, dans *Daily Mail Online*, 8 juillet 2014, [En ligne], <www.dailymail.co.uk/news/article-2684714/I-tell-I-m-going-jihad-Lol-I-ll-arrested-What-British-terrorist-Birmingham-told-childhood-friend-travelled-Syria-join-rebel-fighters.html#ixzz3ZA8DMo4Q> (Page consultee le 5 avril 2015).

GUY RAPAILLE : *Le Comité est en quelque sorte l'interface entre les services et le Parlement et la société civile.*

Le site web est destiné à informer les « gens intéressés » sur les missions et le fonctionnement du Comité. Mais, surtout, il a pour objectif d'informer, toute personne intéressée, sur les enquêtes de contrôle réalisées. C'est une forme d'ouverture du « milieu du renseignement ». Par la publication de certaines enquêtes et du rapport annuel, le " grand public " peut être au courant des activités des services et des conclusions et recommandations que nous formulons pour améliorer le fonctionnement global des services dans le respect des principes démocratiques.

Pourquoi la Sûreté de l'État et le SGRS ne disposent-ils plus de site internet ?

GUY RAPAILLE : *La Sûreté a publié quelques rapports annuels mais elle doit avoir l'aval du Ministre. Le SGRS a décidé de ne pas publier de rapport annuel. Un rapport annuel serait à mon sens le premier pas.*

Mais, on en est loin actuellement. D'autant que les problèmes actuels (budget, personnel, terrorisme,...) ne permettent pas aux 2 services de réfléchir à une meilleure communication. Notamment, par un site web. Ils ont d'autres priorités...

8.7. Entretien avec le *Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica* (Italie), service Comunicazione istituzionale, 27 juin 2014

Selon vous, quelle est l'image des services de renseignement italiens auprès l'opinion publique ? Selon vous, les Italiens connaissent-ils bien leurs services de renseignement ?

Comunicazione istituzionale : *Au cours des années, l'opinion publique a reçu une image des services de renseignements italiens principalement attribuable à l'émergence de scandales ou de complicité dans des activités jugées criminelles. L'image qui en dérive, médiatisée par les organes d'informations italiens, est celle d'organismes n'étant pas entièrement fiables dans un contexte historique d'opposition entre blocs et d'organisation de réseaux de résistance clandestine (Gladio) ou bien de la coopération antiterroriste (cas « Vols secrets de la CIA » et « saisie Abu Omar »).*

Même l'opinion publique italienne, au cours des années, ne pouvait pas être correctement informée sur le travail des services de renseignements et en l'absence de filtres efficaces, a recueilli en substance les reconstitutions les plus évocateurs et intéressés.

Que serait-il envisageable de faire pour améliorer cette connaissance ?

Comunicazione istituzionale : *En fonction de ceux identifiés par la Loi 124/2007, on vise à développer la « culture de la Sécurité » dans un processus de plus de transparence sur les tâches et les fonctions, de l'approfondissement des événements historiques (en fonction de la disponibilité des documents d'archives), de la promotion de la discussion au niveau académique relative aux méthodes d'analyses des phénomènes et à la protection de l'intérêt national décliné dans ses différentes composantes. Dans ce sens, il est fait recours à une logique « participative », en ouvrant le système de renseignements pour la sécurité de la République au concours intellectuel d'experts, chercheurs et étudiants ; de cette manière, en remplaçant progressivement l'eau sale de la mauvaise information et de l'ignorance par celle limpide de la connaissance correcte et à jour. Par analogie, on a parié sur un modèle de « proximité » de l'institution vis-à-vis du citoyen supposé être « utilisateur » du Système.*

Selon vous, quelle est l'image des services de renseignement italiens auprès des décideurs politiques ?

Comunicazione istituzionale : *Le décideur politique italien a souligné lors de récentes occasions publiques (inauguration de l'Année Académique de l'École de la DIS) l'appréciation pour le travail des services de renseignements. Un témoignage significatif de la perception qualifiée du décideur politique et de l'organe du contrôle parlementaire doit être trouvé dans la « Relation au Parlement », document annuel (consultable à l'adresse www.sicurezzanazionale.gov.it) qui décrit d'un côté le contexte de la menace et de l'autre fait état de l'évolution de l'instrument informatif italien en cohérence avec l'utilisation novatrice de la Loi 124/2007.*

Pensez-vous qu'il existe une culture du renseignement en Italie, en Europe ?

Comunicazione istituzionale : *Il existe certainement un intérêt diffus pour la thématique relative aux renseignements tant pour la collecte que pour l'analyse et la gestion. Vis-à-vis d'un tel intérêt, il est nécessaire de fournir des instruments adéquats de lecture et d'interprétation qui donnent la perception exacte de la mission confiée aux services de renseignements et qui, grâce à la prise de conscience des intérêts protégés, prédisposent à la réalisation d'un modèle participatif et intégré qui aurait comme base la garantie des droits fondamentaux de l'individu reconnus par le système. Dans ce sens, il est fondamental de s'accorder sur le fait que les services de renseignements constituent le principal instrument de tutelle de la communauté nationale et pour cette raison ne peuvent agir en dehors d'un système opportun de garantie.*

Que pensez-vous du traitement journalistique des questions de renseignement ?

Comunicazione istituzionale : *Les médias peuvent jouer un rôle fondamental sur le développement de la culture de la sécurité. Leur indépendance préservée, les médias en décrivant*

objectivement les tâches et les fonctions des services de renseignements peuvent être un véhicule efficace pour encourager la prise de conscience de l'opinion publique par rapport à la question fondamentale de la détermination de l'intérêt national précité. En même temps, les médias peuvent exercer dans un contexte de démocratie mûre une importante fonction de « chien de garde » par rapport aux éventuelles déviations des services et par rapport au cadre institutionnel de référence.

Pensez-vous que l'image des services de renseignement a une influence sur les choix politiques en la matière ?

Comunicazione istituzionale : *Les décisions politiques en matière de renseignement ne sont pas prises sur la base de l'image des services de renseignements mais bien en relation avec les exigences stratégiques qui en définissent l'organisation, la mission et les tâches. Le décideur politique connaît « directement », sans intermédiaire, les activités menées par les services de renseignements et les capacités relatives, il en résulte que celui-ci n'est ni influencé ni influençable par l'image véhiculée par les médias.*

Que pensez-vous des initiatives de communication des services de renseignement, des sites internet mis en place ?

Comunicazione istituzionale : *Les initiatives de communication, réalisées avec la mise en place de sites internet, sont essentielles dans un contexte de démocratie mûre pour garantir la transparence nécessaire des services de renseignements vis-à-vis des citoyens. De plus, elles servent à garantir un support à certains sujets entrepreneuriaux dans leurs rapports avec les services de renseignements pour l'octroi des autorisations de sécurité.*

Pensez-vous qu'il est pertinent que les services communiquent ? Quelles sont les limites ?

Comunicazione istituzionale : *La communication institutionnelle de la part des services de renseignements n'est pas un oxymore. Dans une société moderne, tout en sauvegardant la confidentialité des activités réalisées, les services de renseignements doivent être connus pour les tâches qui leur sont attribués, de même que doit être public (comme adressé au Parlement national) le rapport annuel sur leur fonctionnement.*

Selon vous, pourquoi le renseignement a-t-il si mauvaise réputation dans les médias ?

Comunicazione istituzionale : *Là où est fait un effort de communication institutionnel sérieux et équitable, en présentant de manière objective et claire son propre modèle organisationnel et fonctionnel, il est plus facile de réfuter une mauvaise réputation qui trouve souvent sa propre raison d'être dans l'ignorance.*

Quels objectifs doit poursuivre une stratégie de communication efficace en matière de renseignement ?

Comunicazione istituzionale :

- *diffuser la culture de la sécurité ;*
- *fournir une illustration objective des tâches et de l'organisation des services de renseignements ;*
- *stimuler la confrontation dans une ambiance académique en relation aux méthodes de recherche, analyses et gestion de données d'information ;*
- *garantir un support efficace aux exigences des citoyens.*

Quels sont les buts poursuivis par la mise en place d'un site internet d'un service de renseignement ? Y-a-t-il des intérêts stratégiques vis-à-vis d'autres parties prenantes que le grand public, les médias et les politiques à diffuser des informations par ce type de canal ?

Comunicazione istituzionale : *Les objectifs sont identiques à ceux décrits au point précédent. Le site internet répond à une exigence de communication institutionnelle et ne peut être utilisé comme un instrument d'influence. Les informations ne peuvent être diffusées par l'intermédiaire d'un site internet mais parviennent aux différents destinataires institutionnels dans le respect de procédures standardisées et accompagnées par des garanties placées par la loi pour la défense de leur confidentialité.*

Qu'est-ce qui incite les services de renseignement à communiquer ces dernières années ?

Comunicazione istituzionale : *Voir la réponse faite à propos des objectifs stratégiques.*

Le Web est-il le lieu privilégié de cette communication ? Pourquoi ?

Comunicazione istituzionale : *Le web est un des lieux où est mise en œuvre la communication institutionnelle. Il permet un rapport actualisé et ponctuel avec les citoyens tout en offrant l'occasion d'activer des méthodes participatives de la part des utilisateurs.*

Y-a-t-il des spécificités dans le domaine du renseignement militaire, en matière de communication ?

Comunicazione istituzionale : *Comme déjà dit, s'agissant de communication institutionnelle, aucune diffusion d'information n'est possible que ce soit spécifique au domaine militaire ou d'une autre nature.*

Pour quelle raison avez-vous décidé de créer un unique site pour plusieurs organismes de renseignement (AISE & AISI : sicurezzanazionale.gov.it) ?

Comunicazione istituzionale : *La Loi 124/2007 réfère les activités de communication sous la seule responsabilité de la DIS qui les effectue pour le compte de l'ensemble du Système d'information pour la sécurité de la République. Dans l'unicité de la communication, la spécificité des informations concernant les différents organismes est cependant garantie.*

***

Secondo Lei, quale è l'immagine dei servizi di informazione italiani presso l'opinione pubblica ? Secondo Lei, gli italiani conoscono bene i loro servizi di informazione ?

Comunicazione istituzionale : *L'opinione pubblica, negli anni, ha ricevuto un'immagine dei servizi di informazione italiani prevalentemente riferibile all'emergenza di scandali o complicità in attività ritenute criminose. L'immagine che ne deriva, mediata dagli organi di informazione italiani, è quella di organismi non pienamente affidabili nel quadro storico della contrapposizione tra blocchi e dell'organizzazione di reti di resistenza clandestine (Gladio) ovvero della cooperazione di controterrorismo (caso "Voli segreti della CIA" e "sequestro Abu Omar". Anche l'opinione pubblica italiana, negli anni, non ha avuto modo di essere correttamente informata sull'operato dei servizi di informazione ed ha raccolto, sostanzialmente in assenza di filtri efficaci, le ricostruzioni più suggestive ed interessate.*

Cosa sarebbe possibile fare per migliorare questa conoscenza ?

Comunicazione istituzionale : *Si sta puntando, in linea con quanto individuato dalla L. 124/2007, a sviluppare la "cultura della sicurezza", in un processo di maggiore trasparenza sui compiti e sulle funzioni; di approfondimento delle vicende storiche (per quanto consentito dalla disponibilità dei documenti di archivio); di promozione della discussione a livello accademico relativamente alle metodologie di analisi dei fenomeni ed alla protezione dell'interesse nazionale declinato nelle*

sue diverse componenti. Nel senso, si è fatto ricorso ad una logica "partecipativa", aprendo il Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica al concorso intellettuale di esperti, ricercatori e studenti, in questo modo progressivamente sostituendo l'acqua sporca della cattiva informazione e dell'ignoranza con quella, limpida, della conoscenza corretta ed aggiornata. Analogamente, si è puntato ad un modello di "prossimità" dell'istituzione nei confronti del cittadino inteso come "utente" del Sistema.

Secondo lei, quale è l'immagine dei servizi di informazione italiani presso le istanze decisionali politiche ?

Comunicazione istituzionale : *Il decisore politico italiano ha, in recenti occasioni pubbliche (inaugurazione dell'Anno Accademico della Scuola del DIS) sottolineato l'apprezzamento per l'operato dei servizi di informazione. Una significativa testimonianza della percezione qualificata del decisore politico e dell'organo di controllo parlamentare è, altresì, rinvenibile, nella "Relazione al Parlamento", documento annuale (consultabile all'indirizzo www.sicurezzanazionale.gov.it) che da un lato illustra il quadro di situazione della minaccia e dall'altro fa stato dell'evoluzione dello strumento informativo italiano in coerenza con il portato innovativo della L. 124/2007.*

Pensate che ci sia una cultura delle informazioni in Italia, in Europa ?

Comunicazione istituzionale : *Esiste sicuramente un diffuso interesse alla tematica relativa alle informazioni sia per la raccolta che per l'analisi e la gestione. A fronte di tale interesse è necessario fornire adeguati strumenti di lettura ed interpretazione che diano l'esatta percezione della missione affidata ai servizi di informazione e che, attraverso la consapevolezza degli interessi salvaguardati, predisponga alla realizzazione di un modello partecipativo ed integrato che abbia come base di partenza la garanzia dei diritti fondamentali della persona riconosciuti dall'ordinamento.In tal senso, è fondamentale raggiungere una condivisione di fondo sul fatto che*

i servizi di informazione costituiscano il principale strumento di tutela della comunità nazionale e, per questo scopo, non possano agire al di fuori di un opportuno sistema di garanzie.

Cosa pensate del trattamento giornalistico delle questioni di informazioni ?

Comunicazione istituzionale : *I media possono svolgere un ruolo fondamentale nello sviluppo della "cultura della sicurezza". Nel rispetto della loro indipendenza, i media, descrivendo oggettivamente i compiti e le funzioni dei servizi di informazione, possono essere un efficace veicolo per l'aumento della consapevolezza dell'opinione pubblica rispetto alla fondamentale questione dell'individuazione dell'interesse nazionale presidiato. Allo stesso tempo, i media possono svolgere, in un contesto di matura democrazia, un'importante funzione di "watchdog" rispetto a possibili deviazioni dei servizi rispetto all'ambito istituzionale di riferimento.*

Pensate che l'immagine dei servizi di informazione esercita un'influenza sulle scelte politiche in materia ?

Comunicazione istituzionale : *Le decisioni politiche in materia di intelligence non vengono prese sulla base dell'immagine dei servizi di informazione ma in relazione alle esigenze strategiche che ne definiscono l'organizzazione, la missione ed i compiti. Il decisore politico conosce "direttamente", senza mediazioni, le attività svolte dai servizi di informazione e le relative capacità e non risulta essere influenzato o influenzabile dall'immagine veicolata dai media.*

Cosa pensate delle iniziative di comunicazione dei servizi di informazione, dei siti internet predisposti ?

Comunicazione istituzionale : *Le iniziative di comunicazione, realizzate con la predisposizione di siti internet, sono essenziali, in un contesto di democrazia matura, per garantire la necessaria trasparenza dei servizi di informazione nei confronti dei cittadini. Sono, altresì, funzionali a*

garantire un supporto a taluni soggetti imprenditoriali nei loro rapporti con i servizi di informazione ai fini della concessione delle abilitazioni di sicurezza.

Pensate che sia pertinente che i servizi comunichino ? Quali sono i limiti ?

Comunicazione istituzionale : *La comunicazione istituzionale da parte dei servizi di informazione non è un ossimoro. In una società moderna, pur salvaguardando la riservatezza delle attività svolte, i servizi di informazione devono essere conosciuti per i compiti loro attribuiti, così come deve essere pubblica (in quanto rivolta al Parlamento nazionale) la relazione annuale sul loro funzionamento. Segretezza delle attività e salvaguardia della riservatezza degli operatori possono essere garantite — e forse in modo più efficace — anche in un contesto di apertura ai cittadini e di promozione della cultura della sicurezza.*

Secondo lei, perché le informazioni hanno così cattiva reputazione nei media ?

Comunicazione istituzionale : *Dove viene fatto un serio e corretto sforzo di comunicazione istituzionale, presentando in modo oggettivo e chiaro il proprio modello organizzativo e funzionale, è più facile confutare una cattiva reputazione che trova, spesso, nell'ignoranza la propria ragione di essere.*

Quali obiettivi deve perseguire una strategia di comunicazione efficace in materia di informazioni ?

Comunicazione istituzionale :

- *diffondere la cultura della sicurezza;*
- *fornire un'illustrazione oggettiva dei compiti e dell'organizzazione dei servizi di informazione;*

- *stimolare il confronto in ambito accademico relativamente alle metodologie di ricerca, analisi e gestione dei dati informativi;*
- *garantire un supporto efficace alle esigenze dei cittadini*

Quali sono gli obiettivi perseguiti dalla predisposizione di un sito internet di un servizio di informazione ? Ci sono interessi strategici riguardo ad altri destinatari diversi dal grande pubblico, per i media e riguardo alla politica di diffondere informazioni con questo tipo di canale ?

Comunicazione istituzionale : *Gli obiettivi sono gli stessi descritti al punto precedente. Il sito internet risponde ad un'esigenza di comunicazione istituzionale e non può essere utilizzato come uno strumento di influenza. Le informazioni non possono essere diffuse per mezzo di un sito internet ma raggiungono i diversi destinatari istituzionali nel rispetto di procedure standardizzate ed assistite dalle garanzie poste dalla legge a presidio della loro riservatezza.*

Cosa incitano i servizi di informazioni a comunicare in questi ultimi anni ?
Comunicazione istituzionale : *Vedi punto 10*

Il Web è il luogo migliore di questa comunicazione ? Perché ?

Comunicazione istituzionale : *Il Web è uno dei luoghi in cui si realizza la comunicazione istituzionale. Consente un rapporto con i cittadini aggiornato e puntuale nonché offre l'opportunità di attivare modalità partecipative da parte degli utenti.*

Ci sono specificità nel dominio delle informazioni militari, in materia di comunicazione ?

Comunicazione istituzionale : *Come già detto, trattandosi di comunicazione istituzionale, non è possibile alcuna diffusione di informazioni siano esse riferite allo specifico ambito militare o di altra natura.*

Per quale ragione avete deciso di creare un sito web unico per diversi organismi di informazione ?

Comunicazione istituzionale : *La legge 124/2007 riferisce le attività di comunicazione alla sola responsabilità del DIS che le svolge per conto dell'intero Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica. Nell'unicità della comunicazione è garantita, comunque, la specificità delle informazioni riferibili ai diversi organismi.*

8.8. Entretien avec le responsable de Communication de la Sûreté de l'État de Belgique, 19 mai 2016

Selon vous, quelle est l'image des services de renseignement belges auprès l'opinion publique belge ? Les Belges connaissent-ils bien leurs services de renseignement ?

VSSE : *Je ne pense pas qu'il y ait une bonne connaissance des services de renseignement, notamment par rapport à leur mission. Quand j'observe ce que les gens en disent, notamment sur les réseaux sociaux, je vois qu'ils nous attribuent des compétences que nous n'avons pas. Il y a encore beaucoup de fantasmes, par rapport à nous, par rapport à ce qu'on peut faire et ce qu'on ne peut pas faire, par rapport à la manière dont on travaille aussi. Du coup, l'opinion que les Belges ont par rapport à la Sûreté varie. Elle varie notamment en fonction de l'actualité. Par exemple, après Verviers, nous avons vu que nous étions des héros et qu'après nous étions des zéros. Je trouve que dans les commentaires, tant sur les sites de presse que sur les réseaux sociaux, ça s'est vraiment remarqué.*

Puisqu'il semble que cette connaissance soit faible, est-il possible d'améliorer cette connaissance ? Et si oui, comment l'améliorer ?

VSSE : *Cette méconnaissance est due tant à une méconnaissance du monde médiatique qu'à une méconnaissance du monde politique. À partir du moment où le politique et les médias n'ont pas une bonne connaissance des services, il est difficile pour les citoyens d'en avoir une bonne connaissance. À partir du moment où nous-mêmes n'avons pas de site internet, il est difficile d'accéder à l'information. Et donc, là, les médias ont un rôle à jouer et nous avons un rôle à jouer par rapport aux médias. Si je prends l'exemple récent d'une émission que nous avons fait avec la RTBF qui présentait le service de manière plutôt pédagogique qui expliquait ce que nous faisons, ce que nous ne faisons pas, ce qu'est le métier d'analyste,… Je pense que c'est à travers ce genre d'initiative que nous pouvons aider le citoyen à mieux nous connaître ou à nous connaître tout simplement. Parce qu'il n'y a pas de culture du renseignement, non plus, en Belgique.*

Quelle est l'image des services de renseignement belges auprès des décideurs politiques ?

VSSE : *Je pense qu'elle est mauvaise.*

Et c'est dû à quoi, selon vous ?

VSSE : *C'est dû à une méconnaissance, principalement. C'est en train d'évoluer et notamment, peut-être, grâce aux actions que mène la direction générale aussi pour mieux communiquer par rapport aux politiques. Il y a eu pas mal de démarches qui ont été faites pour expliquer ce que nous faisons, par exemple, dans le cadre de la démarche pour débloquer des budgets. Nous avons aussi expliqué les priorités. Le fait aussi que, pour la première fois, le plan d'action a été approuvé par le Conseil National de Sécurité. Avant, il était seulement validé par le ministre de la Justice, tandis que maintenant c'est le gouvernement qui appose son blanc-seing au plan d'action de la Sûreté. Donc, il y a quand même une évolution positive… Ce qui n'empêche pas les sorties médiatiques. Ça s'améliore, mais ça prend du temps et ce n'est pas forcément très visible.*

Certains scandales antérieurs relatifs à la Sûreté ont-ils un impact négatif sur son image ?

VSSE : *Des scandales qui parfois n'en étaient pas, oui. Mais aussi un désintérêt : il est rare qu'un politique s'intéresse vraiment à nous. Si vous regardez les questions parlementaires, y compris celles qui émanent de parlementaires qui le sont depuis très longtemps, vous vous demandez s'ils ont lu notre loi*[658] *avant de poser leurs questions. Et puis c'est vrai qu'ils s'enfoncent souvent dans les brèches ouvertes par les médias : dès que les médias sortent un truc un peu négatif sur nous, ils foncent dedans.*

[658] Loi organique des services de renseignement et de sécurité du 30 novembre 1998.

Pour revenir un moment sur la question relative à l'amélioration de la connaissance du renseignement : pensez-vous que le Web est un lieu privilégié pour améliorer cette connaissance ?

VSSE : *Oui, j'en suis convaincu.*

À quel type de public cela s'adresse-t-il ?

VSSE : *Si je dois les catégoriser, je dirais que ça s'adresse d'abord aux citoyens, puis aux médias, puis aux politiques. Mais, je crois que les citoyens sont les premiers à faire l'effort de chercher de l'information sur des sujets qui peuvent les intéresser ou les intriguer.*

Pensez-vous qu'il existe une culture du renseignement en Belgique, en Europe ?

VSSE : *Non, pas en Belgique. Dans les pays limitrophes, j'ai l'impression qu'il y en a une. En France, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni, en Allemagne, je pense qu'il y en a une. C'est sans doute subjectif… On le voit aussi, probablement, au niveau de l'évolution des législations. Encore qu'il y ait peut-être un bémol à mettre pour ce qui concerne la France car, chez eux, le contrôle des services arrive très tard. Mais, les gens savent qu'il y a des services de renseignement et ce qu'ils font. J'ai l'impression que dans ces pays il y a plus un intérêt de la population. C'est un intérêt démocratique qui part de la volonté de répondre à des questions telles que « comment suis-je surveillé » ou « pourquoi suis-je surveillé ». C'est également un intérêt sécuritaire : à quoi ça sert concrètement et qu'est-ce que ça peut apporter à leur pays.*

La « culture du renseignement », qu'est-ce que c'est ?

VSSE : *C'est un ensemble de choses. C'est une bonne connaissance des services, de leurs missions et de leurs compétences. C'est également caractérisé par un respect des services de la part des*

politiques et des citoyens, d'un intérêt des sujets par les médias, du développement d'études et de recherches sur le domaine. À ce sujet, tout n'est pas négatif et il y a des choses qui se font. Cette thèse en est une preuve [rire]… Il y a également l'existence du BISC[659]*. Mais, ça reste tout de même dans un cercle très fermé. Et puis, le soutien politique est important, notamment dans les budgets. Il fut une époque durant laquelle nous étions considérés comme un service fédéral classique et, donc, s'il y avait une coupe budgétaire quelque part c'était aussi le cas pour nous. Je ne dis pas que le service ne doit pas participer à l'effort de temps en temps, mais nous en voyons les conséquences aujourd'hui : entre 2010 et 2015, le service a perdu environ 150 personnes. C'est donc un problème. Et je ne pense pas qu'un État où il y a une culture du renseignement aurait agi de la même manière. Normalement, il est fait en sorte que services de renseignement et services de police soient relativement épargnés par les coupes budgétaires, de manière à ce qu'il puisse fonctionner. En Belgique, pendant plusieurs années, ça n'a pas été une priorité que de s'assurer que les services puissent fonctionner correctement.*

Que pensez-vous du traitement journalistique des questions de renseignement ? Comment la Sûreté est-elle vue dans les médias ?

VSSE : *Ça dépend. Il y a des journalistes qui traitent l'information de manière très professionnelle et qui n'hésitent pas à nous appeler pour recouper l'information. Il ne nous est malheureusement pas toujours possible de confirmer ou d'infirmer une information. L'émission réalisée par la RTBF, dont je vous ai parlé, propose un bon traitement des questions de renseignement. Cela, malgré le fait que nous ayons été quelque peu interpellés par le titre du reportage qui était « Peut-on encore faire confiance à la Sûreté de l'État ? » Ce titre n'était pas le titre de départ, mais suite à sa diffusion le 23 mars*[660]*, ils ont changé le titre. Mais, la conclusion de l'émission est plutôt positive. C'est une approche critique de journaliste qui a réalisé son travail de recherche, qui nous a interrogé, qui a interrogé le Comité R, des académiques, un ancien du service, etc.*

[659] Belgian Intelligence Studies Centre (www.intelligencestudies.be)
[660] 23 mars 2016, soit le lendemain des attentats de Bruxelles.

De façon générale, que pensez-vous du traitement journalistique de la Sûreté ?

VSSE : *De façon générale, ils ne savent pas ce que nous faisons. Ils ne maîtrisent pas nos missions, nos compétences. Nous essayons d'être le plus pédagogue possible avec les journalistes. Parmi eux, certains sont plus spécialistes que d'autres. Par exemple, en terrorisme, Justine KATZ a une excellente connaissance du sujet. Mais, nous avons eu récemment un appel du journal De Standaard, qui est un journal de qualité, et nous avons dû leur expliquer qu'ils se trompaient d'interlocuteur puisque la question qu'ils nous posaient relève des compétences de la police fédérale. Donc, il n'y a pas toujours une bonne connaissance de nos missions et de nos compétences. Le sujet est traité de façon variable, même selon le média : certains médias font plus attention que d'autres. Il y a quelques années, les demandes qui émanaient de la presse étaient le plus souvent du fait de journalistes néerlandophones que de francophones. Ça, c'est une autre évolution. Il y a peu de temps, un peu avant les attentats, nous avons fait notre premier briefing-formation à destination des médias sur le radicalisme et son processus vus par la Sûreté de l'État. C'était un briefing sur un thème précis et nous avons eu 33 journalistes qui sont venus. Et les journalistes qui étaient présents étaient étonnés de voir l'affluence à une formation. Donc, ça renforce l'idée qu'il y a un intérêt. Le but est qu'il y ait d'autres thèmes, à l'avenir. C'est simplement pour fournir du « background information », sans volonté qu'il y ait un article ou une émission, qui permet de présenter l'avis d'un service compétent en la matière à des personnes qui sont amenées à traiter de ce sujet.*

Ça place le service en position d'expert sur certains domaines…

VSSE : *C'est vrai, oui. Et ça participe activement à la diffusion d'une information correcte et d'une culture du renseignement.*

La Sûreté a une bonne image ?

VSSE : *Globalement, oui. Lorsque nous avons voulu travailler sur notre plan de communication externe, une analyse a été réalisée par le SPF P&O quant à l'image de la Sûreté dans la presse. Nous pensions que l'image de la Sûreté dans la presse était négative, or il apparaît qu'elle est plutôt neutre. En tout cas, cette image n'est pas mauvaise. Depuis le mois de décembre 2015, nous essayons de rencontrer les rédactions pour y donner un briefing à propos du service : qu'est-ce que la Sûreté de l'État, ce que nous y faisons, ce que nous n'y faisons pas, etc. C'est un échange informel. Nous faisons parfois le parallèle entre notre travail de renseignement et le travail de journaliste. Les journalistes nous demandent parfois comment nous obtenons certaines informations et nous leur répondons : « si demain, je vois un de vos articles dans la presse et que je vous téléphone pour vous demander quelle est votre source, vous n'allez pas me répondre ». Ça permet aux journalistes de mieux comprendre certaines choses.*

Quelle image souhaiteriez-vous diffuser ?

VSSE : *Nous cherchons à diffuser une image du service qui soit à la fois positive et correcte, c'est-à-dire réaliste. L'image que nous souhaitons diffuser est une image qui corresponde à ce que nous sommes, à ce que nous faisons et à ce pourquoi nous existons.*

Quelles sont les valeurs de votre service ?

VSSE : *Nos valeurs sont la sécurité de la population et la préservation de l'ordre démocratique.*

Ce sont les missions dévolues à la Sûreté que nous pouvons retrouver dans la loi organique, en fait ?

VSSE : *C'est ça, oui…*

Pensez-vous que l'image des services du renseignement a une influence sur les choix politiques en la matière ?

VSSE : *Je pense que ça joue, oui. Au plus il y a des articles qui disent que la Sûreté ne peut pas tout suivre, par manque de moyens, au plus il y a une certaine pression qui est mise sur le monde politique. Les rencontres entre les dirigeants de notre service et les politiciens responsables sont bien sûr très importantes, c'est indiscutable. Mais, notre image joue également. Dans la presse, avant 2010, il était question du fait que notre service ne bénéficiait pas de moyens techniques. Ça a mis la pression pour faire avancer les choses. Quand, à l'époque, il était dit que nous étions l'un des plus anciens services au monde, que nous ne disposions pas de cette législation et que de nombreux autres services l'avaient… Ça a joué, bien entendu. Des articles négatifs concernant la Sûreté peuvent donc avoir un effet positif et inversement.*

Que pensez-vous des initiatives de communication des services de renseignement, des sites internet mis en place ?

VSSE : *Nous participons à différents groupes de travails informels, notamment pour ce qui concerne les matières « terrorisme » et « radicalisme ». Nous y rencontrons de nombreux partenaires impliqués dans des matières communes. Nous participons également un groupe de travail concernant la communication stratégique. Mais, ces initiatives sont à encourager et de nombreuses autres sont encore à développer. Il y a un site web qui a été construit pour la Sûreté de l'État, mais qui n'est pas en ligne. C'est, cependant, prévu.*

Pour quelle raison ce site internet n'est pas en ligne ?

VSSE : *Initialement, cela résulte d'un manque de temps et d'un manque de moyens humains. Je peux vous montrer le site après, si vous voulez. Ça a été réalisé par un prestataire externe en 2009 ou 2010 et c'est donc quelque peu dépassé à présent. Cependant, le but est d'avoir un site « statique » avec de l'information, prochainement. Étant seul à m'occuper de ça, c'est impossible de faire plus.*

Et que pensez-vous des sites web des autres services ?

VSSE : *Je trouve ça intéressant. Le site du service néerlandais AIVD est particulièrement bien réalisé. Il est facile d'y trouver des informations recherchées et l'information couvre un large champ de questionnements, avec de nombreuses publications thématiques, par exemple. Mais, ils sont dotés d'une équipe de communication plus importante que la nôtre. On pourrait pratiquement dire que plus on va vers le nord de l'Europe, plus les équipes de communication sont grandes dans notre secteur. Et plus on va vers le sud, plus c'est l'inverse. Il n'y a personne qui s'en occupe au Luxembourg, en France je ne pense pas non plus.*

Il y a pourtant un responsable de communication à la DGSE…

VSSE : *À la DGSE, c'est vrai. Mais, pas à la DGSI. En Italie, il n'y a personne pour les services intérieurs qui s'occupe de communication. Dans une réunion, j'ai eu l'occasion de rencontrer plusieurs confrères et je me rappelle qu'un français m'avait dit « nous n'avons pas besoin de communiquer, puisque le Gouvernement le fait ». Et j'ai également pu constater l'écart qui existe en matière de communication avec les pays scandinaves qui ont des équipes de 20-30 personnes et d'autres pays. Ils ont donc le temps de faire des briefings avec la presse, d'organiser des déjeuners de presse, etc. Ici, à la Sûreté, malgré le fait que l'équipe de communication soit très réduite, nous faisons des choses et nous en faisons de plus en plus surtout avec la nouvelle équipe de direction. Nos communiqués sont disponibles sur le Web, même si nous n'avons actuellement pas de site internet, sur Presscenter.*

Vous réalisez beaucoup de communiqués de presse ?

VSSE : *En réalité, nous sommes surtout dans la réaction. Il y a très peu de communiqués d'initiative. C'est arrivé une fois à propos d'un concert skinhead. Et je pense que c'est très positif*

de le faire. Je dis souvent que les journalistes contribuent à créer une culture du renseignement au sein de la population et moi j'ai une culture d'ouverture à créer ici. Et ce n'est pas toujours évident…

J'ai vu que le FSB publie des communiqués lors de certaines arrestations…

VSSE : *Ça, c'est quelque chose que nous ne ferons jamais ici… Aujourd'hui, tout le monde sait que le dossier Verviers est né ici. Tout le monde sait que nous avons eu un rôle dans le dossier, que nous l'avons construit ici, que nous l'avons transmis au Parquet et que nous avons aidé le Parquet. Mais, c'est le cas dans plein de dossiers et nous ne le disons pas.*

Pourquoi ? Qu'est-ce qui fait qu'il n'est pas possible de dire : « là, la Sûreté a joué un rôle » ?

VSSE : *Sincèrement, je ne sais pas. Disons que la majorité des dossiers qui sont traités ici ne sont pas médiatisés. Pour ce qui concerne les dossiers médiatisés, on sait dans quels dossiers nous avons joué un rôle. Parfois, il arrive que nous soyons contactés pour savoir si la Sûreté a joué un rôle et nous répondons que nous n'avons pas joué de rôle… Simplement parce que nous n'avons pas joué de rôle. Mais, quand c'est le cas, nous n'avons pas de problème à le dire, sans détailler quel a été notre rôle.*

Pourquoi le site internet de la Sûreté n'existe-t-il plus ?

VSSE : *Il n'existe plus parce que le comité R nous a demandé de le retirer car il n'était plus à jour. Donc, suite à une plainte d'un citoyen… Il vaut mieux ne pas donner d'informations plutôt que de donner de mauvaises informations. Et c'est vrai que ce site datait d'avant 2010 et que certaines informations relatives à la législation n'étaient plus correctes. Toutefois, il est prévu de mettre un nouveau site web en ligne.*

Pour quelle raison ?

VSSE : *Les raisons conjuguent une volonté d'informer et une volonté de développer une culture du renseignement. Il y a beaucoup d'informations que nous pouvons donner et qui ne sont pas classifiées : notre mission, expliquer les menaces sur lesquels nous travaillons, le contexte de ces menaces, etc. Nous pouvons également expliquer les différents métiers qui existent dans la maison. Ce sont donc des informations ouvertes et il y a un nombre important de choses que nous pouvons dire et qui ne sont pas secrètes. En 2016, c'est important…*

C'est donc une initiative du service ?

VSSE : *Oui, c'est ça.*

Ce n'est ni politique, ni une obligation légale ? Ce n'est pas le Comité R qui vous impose de remplacer le précédent site internet par un nouveau ?

VSSE : *Ce n'est ni politique, ni une obligation légale et ce n'est pas non plus une demande du Comité R.*

Pensez-vous qu'il est pertinent que les services communiquent ? Quelles sont les limites ?

VSSE : *Oui, c'est une évidence. Enfin, c'est une évidence pour moi, mais qui n'est peut-être pas partagée par tout le monde. Pour quelles raisons est-ce pertinent ? À nouveau, parce que ça participe à la culture du renseignement, parce que ça participe au fait que l'on sache que nous existons et à quoi nous servons. Nous fonctionnons avec un budget de l'État et c'est donc important que le citoyen puisse savoir ce qui est fait par les services publics avec son argent. C'est également important que l'information qui est relayée par rapport à des dossiers ou à des thèmes en lien avec nos missions soit exacte. Et qui d'autre que nous peut mieux la donner ? Les limites sont de*

plusieurs types. Il est hors de question de divulguer des informations classifiées, de mettre en danger des sources humaines, de mettre en péril d'éventuelles enquêtes judiciaires ou des enquêtes du service. Une autre limite d'importance concerne la protection de notre personnel : leur identité et leur intégrité.

Comment est-il possible d'informer le citoyen quant à ce qui est fait avec l'argent du contribuable ?

VSSE : *Ce que nous faisions, quand nous rédigions des rapports annuels, nous indiquions notre budget en séparant frais de personnel et frais de fonctionnement. Détailler plus avant le budget ne semble pas indiqué et mentionner un budget dont la ventilation apparaît d'emblée comme obscure appelle à davantage de questions. Récemment, nous l'avons fait dans un article du journal Le Soir qui reprenait l'évolution du budget de la Sûreté.*

Quels objectifs doit poursuivre une stratégie de communication efficace en matière de renseignement ? Quels en sont les publics, les parties prenantes ?

VSSE : *Je vais probablement me répéter… Le but est d'exister, de participer à la création d'une culture du renseignement, de faire connaître le service et de diffuser une information correcte par rapport à celui-ci. L'efficacité varie selon les publics. Pour les médias, il faut les suivre et créer du lien, faire passer le message que nous pouvons travailler ensemble. Nous avons donc de nombreux points de contact privilégiés dans les rédactions, mais pas dans toutes. Les publics sont les médias, mais, in fine, le public c'est le citoyen. Celui qu'on veut toucher en premier c'est le citoyen. Et c'est aussi, évidemment, le politique.*

Et c'est tout ?

VSSE : *Nous pourrions imaginer, dans certains cas de « communications proactives », que ce soit des cibles. Nous pourrions l'imaginer. Il est imaginable que certaines informations soient diffusées dans le but, par exemple, de toucher des espions ou des terroristes. Mais, nous ne le faisons pas.*

Il y a des services font ça ?

VSSE : *Oui, il y en a. Mais, je ne peux pas les citer.*

Des sites proposent à l'utilisateur de se signaler, via un formulaire en ligne, comme détenteur d'informations susceptibles d'intéresser le service. Est-ce prévu sur le futur site internet de la Sûreté ?

VSSE : *Oui, c'est prévu. Il y a un formulaire de contact sur le site qui permet de s'identifier comme citoyen ayant quelque chose à signaler, comme journaliste ou comme chercheur d'emploi. Dans ce dernier cas, il est même possible d'envoyer directement son CV.*

Quels sont les buts poursuivis par la mise en place d'un site internet d'un service de renseignement ?

VSSE : *Comme cela a été dit : informer, exister et éduquer.*

Démystifier ?

VSSE : *Oui, aussi… Mais, tout ça contribue à créer de la culture du renseignement. C'est important que nous expliquions ce que l'on fait, ce que l'on ne fait pas, ce que nous pouvons faire et ce que nous ne pouvons pas faire. Et ça, ça démystifie aussi. Par exemple, est-ce que la Sûreté de l'État surveille tout le monde ? Non : c'est un fantasme. Il faut le dire, tout simplement. Il faut dire aussi que ça n'a aucun intérêt. C'est pareil pour les métadonnées, la captation de données en*

masse : le service se positionne tout à fait contre. Ceci, entre autres choses, parce que nous ne pouvons pas imaginer détenir une information et ne pas la traiter ou ne pas pouvoir la traiter. Car, il y a là une question de responsabilité.

Qu'est-ce qui incite les service de renseignement à communiquer ces dernières années ?

VSSE : *2001 a été le déclencheur. En réalité, je crois que c'est la concomitance avec le développement de la société de l'information et des événements qui impliquent les services de renseignement qui incite les services à communiquer. Les médias sont devenus beaucoup plus présents et beaucoup plus actifs, leur présence s'est amplifiée grâce au Web, à l'apparition des médias sociaux et aux smartphones. L'information circule beaucoup plus, beaucoup plus vite. Nous concernant, ce qui incite à communiquer c'est qu'il y ait des demandes.*

Il n'y en avait pas avant des demandes des médias ?

VSSE : *Moins. Il y en avait mais beaucoup moins. En 2002, par exemple, nous avions un porte-parole, mais il y avait quand même beaucoup moins de demande qu'actuellement. Et puis, il y avait quand même beaucoup moins de réponses à donner… Souvent, il était rétorqué que nous ne pouvions pas répondre. Les médias étaient également beaucoup plus agressifs avec nous, à l'époque. C'est quelque chose qui m'est apparu comme étant évident en voyant le traitement que nous ont réservé certains médias étrangers récemment, notamment les médias français.*

Le Web est-il le lieu privilégié pour la communication des services de renseignement ?

VSSE : *Pour nous, actuellement pas, évidemment. Les relations presse sont un autre type de communication important, mais pas seulement… Les autres administrations auxquelles nous fournissons des services sont également concernées par nos communications qui peuvent avoir lieu sous forme de formation. Ce n'est bien entendu pas de la communication au sens large du terme.*

Le Web peut être un lieu privilégié de la communication dans ce domaine, s'il y a plus qu'un site statique. Parce que, si c'est un site statique, ce qui va changer c'est que je pourrai renvoyer vers le site lorsqu'il y a des questions qui concernent les missions, par exemple. Je pourrais faire pareil pour les communiqués de presse. Mais, c'est tout. Il est par contre possible de faire des choses sur les réseaux sociaux, mais ce ne sera pour tout de suite…

Est-ce qu'un site web représente un risque ?

VSSE : *Des tentatives de hacking, nous en aurions tous les jours. Je ne vois pas d'autres risques. Il n'y a qu'un risque sécuritaire pour le site. Par contre, sur Twitter, il y a un compte qui s'appelle staatsveiligheid. Mais, nous n'avons rien fait. De temps en temps, je vais voir.*

Et « laisser le terrain » à de faux profils, ça ne pose pas de problème ?

VSSE : *Il y avait un groupe sur Facebook, par exemple. Nous avons laissé faire. Mais, ça date et je ne crois pas que ça existe toujours. Il y a eu aussi des commentaires sur les médias sociaux selon lesquels la Sûreté a, pour le moment, d'autres priorités que de créer un site internet.*

Comment justifier des dépenses de communication, alors que d'autres choses semblent plus urgentes ?

VSSE : *La communication ne coûte pas beaucoup… Qu'est-ce que ça coûte, un site internet ? C'est vrai que ça représente aussi un coût en personnel. C'est un investissement, la communication…*

La communication est vue comme une dépense ou comme un investissement à la Sûreté ?

VSSE : *La communication ne m'a jamais semblée prioritaire. Je ne dis pas non plus que c'est vu plus comme une dépense… Selon moi, la direction actuelle voit la communication davantage comme un investissement que comme une dépense. Simplement, actuellement, il faut trouver un équilibre dans les moyens qui nous sont donnés.*

Pensez-vous que la communication puisse contribuer à améliorer les moyens donnés aux services ?

VSSE : *Oui, c'est un outil au même titre que les rencontres entre nos responsables et les cabinets ministériels, que le travail des commissions au Parlement. Tout ce qui montre notre travail peut être utilisé, évidement.*

8.9. Grille d'analyse

8.9.1. Aspects discursifs

Service	**Aspects discursifs**				
	Thématiques	Énonciation	Image de l'énonciateur	Image du destinataire	Caractéristiques de parole dans la relation énonciataire-énonciateur
Afrique					
NIA	Renseignement, politique étrangère, gouvernance efficace, développement national et sécurité extérieure.	3e personne du singulier avec insistance sur le nom du service.	« La National Intelligence Agency (NIA) est un membre de la communauté du renseignement et de la sécurité de la République fédérale du Nigeria. Il est de la responsabilité de la NIA de procurer des renseignements en temps opportun quant aux affaires extérieures pour améliorer la formulation de la	Citoyen du Nigeria, recrue potentielle. Par extension, le site peut informer toute personne de langue anglaise.	Aucune interpellation de l'utilisateur à l'exception d'une vignette mentionnant « Can you apply to work @ NIA ? ».

			politique étrangère et l'action du gouvernement, tout en assurant une gouvernance efficace et le développement national ».		
SSA	Législation, contrôle, espionnage, terrorisme, subversion, renseignement, structure.	L'énonciation est impersonnelle, à l'exception des discours de ministres qu'il est possible de télécharger sur le site.	L'énonciateur est un organisme de renseignement Sud-Africain qui, suite aux réformes des agences étatiques de renseignement en 2009, regroupe un ensemble d'agences préexistantes qui sont appelées « branches » : The National Intelligence Agency (NIA), The South African Secret Service (SASS), The South African Natinal Academy of Intelligence (SANAI), The National Communications Centre (NCC), The	Le destinataire est très peu pris en compte dans le discours. La possibilité de contacter le service est offerte, mais jamais l'instance énonciatrice ne s'adresse à l'utilisateur. Seule exception : la question « How could I assist the SSA ? » qui est rédigée telle que l'utilisateur poserait la question. La réponse qui est donnée, « If you	Peu d'interpellation de l'utilisateur. Cette relation est presque inexistante puisque le discours est tourné intégralement vers l'institution. Le contenu qui établit une relation entre l'utilisateur et le l'énonciateur, mais aussi dans lequel l'énonciateur marque son point de vue est contenu dans les documents téléchargeables, tels que certains discours prononcés antérieurement : « It is indeed a privilege and honour to be invited to address you on what many consider to be a controversial institution and a controversial subject, namely *The role of the State Security Agency and why it should be a first career choice for graduates*. The fact that I am standing here today to address you on this subject, as Deputy Minister of State Security, as a woman, and at this University – previously known as Rand Afrikaanse Universiteit vir Christelike Hoer Onderig, at the time a bastion of grand Apartheid – speaks volumes of how far we have come in the democratisation and normalisation of our country (Speech by the Deputy Minister of State

			Office for Interception Centres (OIC) et Electronic Communications Security (Pty) Ltd (COMSEC).	believe you may have information that may be useful to the SSA and wish to contact us, the following channels are available [...] », marque une interpellation de l'utilisateur. Le destinataire est donc un citoyen Sud-Africain, ou un internaute de langue anglaise. Mais, il peut aussi être une source potentielle d'information pour le service. Par ailleurs, une section est dédiée aux fournisseurs : « State Security Agency Supplier Database » et	Security at the University of Johannesburg - 10 october 2014) ».

				aux appels d'offres.	

Amérique du Nord & Centrale					
CIA	Renseignement, actions, fonctionnement interne, cycle du renseignement, patriotisme, cadre législatif, information, espionnage, lutte contre le terrorisme. Les différents bureaux de la CIA, dont les sections présentent aussi des rubriques spécifiques à leur sujet, telles que « What we do », « Who we are », « FAQ's », etc. Intelligence & Analysis, Clandestine Service, Science & Technology, Support to Mission, Human Resources, Public Affairs, General Counsel,	Énonciation impersonnelle ou à la 1e personne du pluriel (par exemple : « First, we have to identify a problem or an issue of national security concern to the US government »), lorsqu'il s'agit d'information sur l'institution. L'énonciateur interpelle l'énonciataire à de multiples occasions, notamment dans les rubriques ayant trait au recrutement ou qui présentent un contenu plus interactif : « Learn more about CIA, our employees and what we do every day » (jeux). Fait parler des employés connus par leur prénom (« I was	Tend à fournir une grande quantité d'informations quant au fonctionnement du service au public, expose ses valeurs, affirmation de l'excellence du service et de son rôle. Cependant, il y a peu d'informations concrètes quant aux actions en cours. Il y a cependant beaucoup de documents sur les actions passées, le cadre, l'histoire, etc.	Citoyen américain, étudiant (proposition de stage : « Are you looking for an exciting and challenging internship or cooperative education experience? Consider employment with the Central Intelligence Agency (CIA) as an undergraduate or graduate student »), enfant (page dédiée aux enfants avec des jeux), personne intéressée par une carrière au sein de l'Agence. Aussi	Les rubriques purement informatives prennent place dans une communication centrée sur l'institution. Mais le site crée de nombreuses relations avec l'internaute, l'interpellant à l'occasion ou lui proposant du contenu interactif. L'énonciateur propose à l'utilisateur de donner son avis sur le site (« What Do You Think of Our web Site ? »).

	Equal Employment Opportunity, Congressional Affairs, Inspector General, Military Affairs.	recruited by the Agency from my communications graduate program at American University. I had no idea what was in store for me, but I was pleasantly surprised to find that working in the DI provides a vast range of opportunities and relationships beyond what I had imagined [...] - Jessica, publications officer (editor), 1.5 years »), leur âge et leur fonction. Certaines questions dans les FAQ's sont formulées telles que posées par l'utilisateur et la réponse est donnée en interpellant le destinataire : « What if I want to eventually work for CIA ? - To qualify for a position with the Agency, you must be 18 years of age, a US citizen, and		toute personne de langue anglaise, française, chinoise, espagnole, russe, turque ou arabe.	

		a high school graduate. Our personnel requirements change from month-to-month as positions are filled and others become available. A college degree, preferably an advanced degree, is a standard requirement for overseas officers, intelligence analysts, and other non-clerical positions. Knowledge of a foreign language is also helpful. Because the Agency's personnel needs span such a broad spectrum, we do not recommend any one academic track over another ».			

CISEN	Renseignement, lois, démocratie, sécurité nationale, transparence, contre-espionnage, cycle du renseignement.	3e personne du singulier avec insistance sur le nom du service. De manière isolée certains des témoignages présentent quelques phrases à la 1ère personne du singulier et dans les FAQ quelques rares questions présentent des phrases commençant par « votre ».	« Le Centre d'Investigation et de sécurité nationale (CISEN) est un organe de renseignement civil au service de l'État mexicain dont le but est de générer du renseignement stratégique et tactique et de préserver l'intégrité, la stabilité et la permanence du Gouvernement mexicain, tout en apportant un soutien à la bonne gouvernance et en renforçant la primauté du droit ». Service ayant comme principal atout son capital humain expérimenté : des fonctionnaires hautement spécialisés dans diverses disciplines.	Citoyen Mexicain et utilisateur hispanophone. De façon limitée, le site offre aussi une brève présentation en anglais de l'organisme (ainsi qu'une version pdf, en anglais, du National Security Act).	Aucune interpellation de l'utilisateur. Le destinateur est largement tourné vers lui-même dans une énonciation égotique.

NSA/CSS	Service de la Nation, technologie, cybernétique, équipe/communauté, contribution à l'Histoire, actions, patriotisme, fiabilité, programmes de recherche, innovation technique et information.	Énonciation à la 1e personne du pluriel, renforcée par une insistance sur l'appartenance au service (« At NSA, we work every day to protect the Nation's security »). Parfois, énonciation plus impersonnelle. Mais, l'énonciateur tend à parler au nom de la NSA. Dans le mot du directeur, il s'adresse au public à la 1e personne du singulier (« Hi, I'm Keith Alexander, Director of the National Security Agency and Chief of its military components, the Central Security Service. On behalf of the men and women who work here, thank you for your interest in our work »). Fait aussi parler certains employés qui s'adressent au public.	« Despite the classified nature of our work, it is important that America understand what NSA does for our nation ». Explication de la contribution du service à la société, donne de nombreuses informations contextuelles, s'attarde fortement sur les valeurs, affirmation des performances de la NSA, fait parler ses employés, relation avec l'internaute, service maîtrisant les hautes technologies informatiques et des communications (cryptologie).	Citoyen américain, partenaire commercial potentiel, enfant, étudiant, futur employé potentiel ou toute personne de langue anglaise.	Une relation est maintenue avec l'utilisateur par le biais de nombreuses interpellations (visuelles ou textuelles) ou d'activités interactives. Mais le site insiste sur l'affirmation de la NSA et ses valeurs (dédicace à la Nation, à la communauté, à l'environnement pour l'ouverture gouvernementale, la NSA devient verte). Mais dans l'affirmation de ses valeurs, ce service tend à créer du lien avec l'énonciataire.

SCRS/CSIS	Employeur exceptionnel (prix présentés sur la page d'accueil), responsabilité, attachement au Canada, actions, recrutement, éthique, cadre juridique et information.	Alternance entre énonciation à la 1e personne du pluriel ou en « on » et une énonciation plus impersonnelle (« Le SCRS… »). Les interpellations de l'utilisateur sont nombreuses (« Bienvenue », « Veuillez composer... », « Contactez-nous… », etc.) et certaines d'entre-elles sont formulées virtuellement par le récepteur (« Devrais-je soumettre une demande ? »).	Centrée sur l'institution et la relation à l'utilisateur, argumentation sur la qualité de vie au travail et sur son éthique.	Principalement : citoyen canadien francophone ou anglophone intéressé par une carrière au sein du SCRS/CSIS. Le site s'adresse de manière plus large à toute personne de langue française ou anglaise manifestant un intérêt pour cette institution.	Fortement centrée sur l'institution, mais liens nombreux avec l'internaute. Égocentrisme par le biais des employés.
USIC	Meilleur employeur, carrière, renseignement, menaces, organisations, communauté, terrorisme, contre-espionnage, sécurité nationale et éthique.	Énonciation à la 1e personne du pluriel avec de nombreuses interpellation de l'utilisateur (« Apply to the Intelligence Community agency of your choice for a career within the IC »), mais aussi utilisation de la 3e	« A Complex Organization United Under a Single Goal : National Security ». Relation avec l'internaute qui représente une recrue potentielle, explication du rôle de la communauté du renseignement pour	Citoyen américain intéressé par une carrière au sein de l'une des 17 agences de renseignement membres de l'Intelligence Community. Par extension, tout	Nombreuses interpellations de l'utilisateur et mise en situation de celui-ci dans le texte : A career in the Intelligence Community is both challenging and rewarding. You'll be a member of an elite group united under a commitment to keep our nation's leaders informed, protect our country from outside threats, and develop the cutting-edge technology necessary to solve the complex national security issues of tomorrow ». Le destinateur met l'accent sur le fait que l'IC est

		personne du singulier avec insistance sur le nom de l'institution : « The Intelligence Community (IC) now has to concern itself with terrorism, proliferation, chemical warfare, biological warfare, information infrastructure attack, narcotics trafficking & counterintelligence ».	la nation et information quant aux missions dévolues aux fonctionnaires des organismes qui constituent l'Intellignece Community. « Seventeen separate organizations unite to form the Intelligence Community (IC). Each member agency operates under its own directive, yet they are all dedicated to the defense of our country and national security ».	utilisateur anglophone.	une communauté à laquelle l'utilisateur pourrait appartenir.
Amérique du Sud					
ABIN	Renseignement, législation, sécurité, histoire, espionnage et contre-espionnage,	L'énonciation est très majoritairement impersonnelle. Les interpellations de l'utilisateur sont inexistantes, à l'exception de la	« ABIN is a STATE AGENCY, not a GOVERNMENT AGENCY. The Brazilian State is permanent. Government is	Le site différencie le destinataire en fonction de la langue choisie. Ainsi la section consacrée aux	Peu de relations établies entre énonciataire et énonciateur, à l'exception de la section dédiée aux jeunes.

		section destinée aux jeunes.	transitory. ABIN has no link to political parties ».	éventuels postes vacants disponibles pour la personne de langue portugaise. Une attention particulière est portée aux jeunes avec une section dédiée. De manière générale, l'utilisateur est un citoyen brésilien, mais aussi personne de langue espagnole (langue des pays limitrophes) ou de langue anglaise.	
DINI	Législation, information, patriotisme.	Impersonnelle. À de rares occasions formulation à la 1ère personne du pluriel.	Objectivité neutre appuyée par le cadre légal.	Citoyen péruvien, mais aussi toute personne de langue espagnole.	Communication centrée sur l'institution et sa légitimation par son cadre législatif. Pas d'interpellation de l'utilisateur.

Asie & Moyen-Orient					
BIN	Terrorisme, législation, information, renseignement, démocratie, ouverture, relation avec le public/d'autres institutions (pages consacrées à des agences étrangères) et recrutement.	Impersonnelle avec insistance sur le nom du service, mais aussi énonciation à la 1e personne du singulier dans certains témoignages (« At first, i never have a dream or ambition to be a chief of BIN ») et parfois énonciation à la 1e personne du pluriel (« We are trying to open the "closing door" of the intelligence institution, such as BIN, from "human interest" perspective »).	« It is scary, classified, mysterious, sealed, clandestine, and strict. Those are the impressions that often felt spontaneously in public mindset, when asked about the intelligence. Sometimes, people see the intelligence cynically ». Explication du rôle du renseignement, des missions, du cadre légal et volonté de se présenter comme partenaire du public (« Intelligence have to improve partnership with public »).	Citoyen indonésien perçu comme un partenaire potentiel du service, mais aussi internaute de langue anglaise.	Discours centré sur l'institution et ses valeurs, ses missions et ses actualités. Seules certaines photos présentant des anciens directeurs du service interpellent l'utilisateur par le regard.

FSB	Protection des citoyens, lutte contre le terrorisme, patriotisme (drapeau et les 70 ans de victoire sont mis en valeur). Un accent sur un environnement strict et réglementé qui réussit d'assurer la sécurité.	Énonciation impersonnelle, avec beaucoup de références aux textes législatifs, structure en listes.	L'image de l'énonciateur est très stricte et impersonnelle - une organisation sérieuse et moderne qui commente les événements importantes et peut donner des conseils en cas de détresse. Un style très dépouillé d'énonciation.	Destinataire impersonnel associé au citoyen ou candidat (dans le cas de recrutement)	Stricte avec des consignes claires sur ce qu'il faut faire s'il est nécessaire de contacter FSB se présente
GID	Sécurité, devoirs, légalité, renseignement, lutte contre le terrorisme, contre-espionnage, protection de la démocratie, paix avec Israël.	Impersonnelle, avec insistance sur le nom du service. Le directeur du service, le Général Faisal Al Shoubaki, dans son mot de bienvenue, utilise la 1e personne du singulier (« [...] I urge our citizens, brothers and friends to communicate with us to help us safeguard security and peace domestically and abroad. ») et la 1e personne du pluriel	Service affirmant vouloir favoriser la transparence, l'ouverture et la confiance. Le directeur rappelle que l'autorité émane de « Sa Majesté le Roi Abdullah II » et que le service se conforme à sa vision et ses directives. L'énonciateur explique le cadre des actions du service de façon assez laconique et explique se conformer aux	Le destinataire est un utilisateur de langue arabe ou anglaise. Le service invite l'utilisateur à interagir en communiquant des informations et en prenant contact grâce aux informations utiles mises à disposition sur le site.	La relation avec l'utilisateur se cristallise principalement autour de la section « How you can help us ». Dans cette section, l'Internaute est invité à entrer en contact avec le service pour fournir des informations : « The task of preserving national security is a shared responsibility, especially since terrorist threats are indiscriminate by nature. Therefore, if you happen to have information about a potential threat to our national security, we would like to hear from you as the information you have may help us ward off the threat and ensure continued personal safety. Naturally, we would like to know how you obtained this information, some personal details and, at the same time, we guarantee the secrecy of all information you share with us ».

		(« We are happy through this Website to present to you GID's work philosophy [...] »). La lettre de nomination du Directeur par le Roi et la réponse du Directeur, publiées sur le site, présentent une énonciation où le destinateur et le destinataire sont explicitement identifiés (avec utilisation de la 1e personne du singulier, du pluriel et la 2e personne du pluriel).	lois et à la législation en vigueur. Les citations du Roi et sa lettre, mais de façon générale, la mise en scène de la relation qui existe entre le Roi et le Directeur du service font émerger du discours ces deux personnages. Ainsi, le Roi affirme « My trust in the leadership and organization of the General Intelligence is Whole. I am fully assured by your awareness, your discipline and your unsung commitment to the duty ».		

MOSSAD	Actions, inspiration des dirigeants comme modèles, recrutement, attachement à Israël et information.	A la 1e personne du singulier, puis à la 1e personne du pluriel dans la rubrique « Director's word », avec des interpellations du public. La 1e personne du pluriel est également utilisée dans la charte et la 2e personne du pluriel est employée sur la page consacrée au recrutement. Les autres pages utilisent une tournure impersonnelle. Parfois, exposition du point de vue de l'instance énonciatrice.	Fortement centrée sur l'institution et sur ses valeurs.	Citoyen israélien intéressé par une carrière au Mossad. Le site s'adresse en outre à toute personne de langue hébraïque, anglaise, arabe ou russe.	Relation avec le récepteur dans la section recrutement où l'énonciateur s'adresse directement à l'énonciataire. Dans les autres sections, l'institution est tournée vers elle-même. Sociocentrisme par le biais des directeurs de l'institution.
NIS	Sécurité, contre-communisme, devoirs, contre-espionnage, contre-terrorisme, enquêtes criminelles, subversion, cyber sécurité, devises.	Impersonnelle avec insistance sur le nom du service. Dans le message de bienvenue du Directeur, l'énonciation est à la 1e personne du pluriel : « With the	L'énonciateur se présente comme un organisme ayant pour volonté de « garantir la survie et la prospérité de la République de Corée en prévenant toutes les menaces à la	Le destinataire, dans la version anglaise, est tout internaute comprenant cette langue. La version coréenne s'adresse aux	La relation entre énonciataire et énonciateur est inexistante dans la version anglaise du site. L'unique relation tient au dispositif médiatique qui suppose implicitement une interaction de l'utilisateur : mise à disposition d'information - consultation d'information. Mais, cette relation n'existe qu'entre le dispositif et le destinataire, pas réellement avec le destinateur. La version en coréen semble davantage créer de relations avec

		support of the public, we will faithfully fulfill our duties to act as a « fortress of the Republic of Korea » that shields the nation from hostile forces at home and abroad, protects the ROK citizens by responding to comprehensive threats and preserves nationanl identity by safeguarding liberal democracy ».	sécurité nationale » en recourant à du personnel hautement qualifiés et en menant des activités de renseignement de haut niveau. Le discours est fortement égotique et tend à expliquer les missions, les valeurs et le cadre de fonctionnement du service.	citoyens coréens, mais aussi spécifiquement à des candidats potentiels, en proposant un lien vers un site spécifique concernant les carrières.	l'utilisateur, mais faute de moyens de traduction décents, l'analyse n'a pas permis de les détailler.
SHABAK (ISA)	Menace terroriste, attaques, cas célèbres, rapports mensuels, recrutement (uniquement sur la page en hébreu).	Très largement impersonnelle avec insistance sur le nom (Israel Security Agency). La version en hébreu présente des interpellations de l'utilisateur dans la section consacrée au recrutement ou dans celle qui présente des documents à caractère historique.	Service présentant des rapports sur l'état des menaces terroristes par le biais de rapports chiffrés et mensuels (« Terror Data and Trends »). L'énonciateur insiste aussi sur son histoire et ses réussites passées, notamment sur les cas les plus célèbres.	Le site présente une différence de contenu selon la langue. Ainsi, seule la version en hébreu permet d'accéder à la section consacrée au recrutement. Les publics sont donc les citoyens israéliens et les	Discours centré sur les informations liées à la menace terroriste, au Hamas et aux attaques diverses. Les données sont très précises. Il y a peu de relations avec l'utilisateur, voire aucune dans la version anglaise du site. Le but est de fournir une information utile et précise à l'utilisateur quant aux attaques terroristes et aux menaces.

				internautes de langue anglaise ou arabe.	
SVR	Fonctionnement et histoire de l'organisation, liens historiques forts avec des évènements, fonctionnement interne, patriotisme et élitisme de l'organisation, information sur les projets et cadre législatif de l'organisation mis en avant, lutte contre la corruption. Le découpage en thématiques n'est pas explicite, avec un penchant fort sur l'identité de l'organisation, l'histoire, les outils utilisables par l'internaute et la lutte anti-corruption.	Énonciation impersonnelle. Lorsqu'il s'agit d'information sur l'institution ou du recrutement l'énonciateur a tendance d'utiliser « notre service » (наша служба) très lié à l'institution, sinon il parle du SVR du point de vue d'un observateur qui fournit des informations.	Expose ses valeurs et fierté par rapport aux acquis de l'organisation. Précis dans la volonté de fournir des informations exactes, parfois sous forme de listes. Énonciation parfois neutre, parfois avec des éléments quasi-romanesques. L'énonciateur a l'image d'un homme d'un certain âge, très cultivé et patriotique, mais avec une certaine élégance et logique.	A priori assez neutre, car sur les paroles du directeur de SVR sur la page d'accueil s'adresse à des « utilisateurs d'Internet estimés » (Уважаемые Интернет–пользователи!); avec les pages de recrutement une adresse conditionnelle (si vous êtes…) aux jeunes citoyens patriotes qui n'ont pas peur de relever le défi de passer par des procédures difficiles pour faire partie du SVR. Le vouvoiement de	Beaucoup de rubriques purement informatives. Un lien avec le lecteur peut se créer sur les thèmes de patriotisme et grandeur, ainsi que sur l'intérêt historique que présente SVR. L'adresse au lecteur du directeur se finit sur un remerciement pour l'intérêt que l'éventuel lecteur a porté à SVR et le site de l'organisation.

				politesse (Вы) est utilisé.	

Europe					
ABW	Lutte contre le terrorisme, contre-espionnage, lutte contre la prolifération d'armes de destruction massive, lutte contre la criminalité économique, lutte contre la corruption, lutte contre la criminalité organisée, protection de données cachées, analyses et informations, législation, histoire.	Énonciation impersonnelle qui alterne avec une énonciation à la 1e personne du pluriel (et utilisation des pronoms possessifs correspondants : nos, notre, etc.). C'est également le cas dans la version en anglais du site qui présente des différences notables de contenu. Peu d'interpellation de l'utilisateur, à quelques exceptions près : sur la page d'accueil, à droite, il y a la mention : « Tu as vu [quelque chose] – Tu sais [quelque chose] – Dis le nous » avec un symbole représentant une lettre avec un @ au milieu et fermée par un cadenas.	L'énonciateur insiste particulièrement sur les différentes menaces et les missions du service. L'utilisateur est interpellé pour coopérer, donner des informations, sur la page d'accueil (ce qui n'est pas le cas sur la version anglophone du site). Le destinataire est également interpellé à l'occasion dans la section consacrée au recrutement.	Le destinataire est identifiable comme étant un candidat ou un informateur polonais potentiel. Dans un second temps, le site tend à informer de façon générale les utilisateurs de langue polonaise ou anglaise. Le site fait par ailleurs mention de façon implicite ou explicite à une série de parties prenantes qui sont les journalistes (offre de contact avec un porte-parole), les industriels, les importateurs et	La relation qui s'établit entre énonciataire et énonciateur est principalement décelable dans les sections liées au recrutement et à la divulgation d'information. La section recrutement explique les conditions légales de recrutement (avoir par exemple uniquement la nationalité polonaise donc refus de double nationalité), les différentes étapes du recrutement et propose de remplir un formulaire en ligne pour poser sa candidature : « Pourquoi voulez-vous travailler à l'ABW ? »

				les parties prenantes concernées par les menaces listées.	

AISE **AISI**	Législation, recrutement, service de la république, dynamisme, intégrité, communication et information.	Énonciation majoritairement impersonnelle. Rares interpellations de l'utilisateur (principalement dans la section consacrée au recrutement : « Al servizio del tuo paese… »). Le site demande aussi à l'utilisateur d'aider à améliorer le site.	Centrée sur l'institution, son fonctionnement, ses valeurs et son cadre législatif.	Citoyen italien, mais aussi personne de langue anglaise.	Communication majoritairement centrée sur l'institution et son organisation. L'utilisateur n'est que rarement sollicité dans la rubrique dédiée au recrutement.
AIVD	Menace cyber, extrémisme, information, information sur les armes de destruction massive à l'étranger, espionnage, terrorisme, sécurité des bâtiments	Habituellement à la 3ème personne du singulier, mais avec des interpellations de l'utilisateur (par exemple, sous les rubriques « Que pouvez-vous faire »)	Le site est principalement destiné à fournir des informations générales. Il est divisé en quatre grandes catégories: Home, les publications, les questions et l'organisation. Explication de ce que sont les tâches de l'AIVD et des	Le site se concentre sur les citoyens en quête d'informations. Il y a aussi une page séparée pour les enfants et les jeunes (jeux). Sur la page d'accueil, l'accent est mis sur l'emploi et le compte	Le site est particulièrement instructif et compréhensible. Le site permet à l'utilisateur d'avoir une meilleure compréhension des activités de cette organisation avec une section consacrée aux mythes et malentendus. Essayer de rendre le citoyen plus conscient - préjugés par rapport à l'organisation... « Est-ce que c'est vrai que... ? »

			aspects sensibles, dans un langage accessible. Dans la partie consacrée au travail à l'AIVD, utilisation de tournures en « nous ».	Twitter de l'organisation. Les jeux interactifs pour les enfants permettent d'en apprendre davantage sur la profession d'agent secret. Ce site est également disponible en anglais.	
BIS	La première section du site est celle des actualités, qui comprend également des questions posées par les citoyens. Les thématiques que le BIS traite dans le cadre de son travail sont présentées en bas du site dans la section « sur quoi on travaille » : le terrorisme, le contre-espionnage, le crime organisé, la prolifération. Les sections « apprendre	Les explications sont accessibles pour le lecteur et prévoient les *a priori* négatifs qu'il peut avoir sur le service. L'énonciation est structurée, brève et complète et alterne les tournures en « nous » et impersonnelles.	L'énonciateur ne peut pas toujours être identifié car une forme impersonnelle est souvent utilisée en traitant de l'organisation. Le rôle de l'organisation et les valeurs sont mises en avant ainsi que le souci de protéger les citoyens et l'État. Il est possible de dire que l'énonciateur cherche à travailler sur l'image négative des services secrets	Le destinataire est le citoyen. Ses aprioris possibles sur le service sont pris en compte par les formulations qui expliquent ce que le service ne fait pas. « Úkolem BIS není tedy shromažďovat důkazy umožňující někoho zatknout a dostat před soud, ale o	L'énonciateur essaye de mettre l'énonciataire en confiance en lui présentant la volonté d'expliquer les aprioris qu'il peut avoir sur ce type de service. L'énonciateur veut donner l'image de sa présence et ouverture face à des éventuelles questions, notamment en citant ceux qui ont la volonté d'intégrer le BIS en gardant le texte original. « Rád bych u vás pracoval. Mohu se někde přihlásit? Umím jednat s lidmi a získávat informace. Mám u vás naději ? » (« Je voudrais travailler chez vous. Est-ce que c'est possible de déposer ma candidature quelque part ? Je sais communiquer avec les gens et acquérir l'information. Est-ce que j'ai une chance de travailler chez vous ? »). Cette citation apparait dès la page d'accueil dans les informations et peut indiquer que le BIS cherche à être perçu comme une organisation humaine

	sur nous » et « informations et contacts » sont également présentés. Dans la section « sur quoi on travaille », plus de thématiques sont présentes que celles sur la page d'accueil, notamment la sécurité économique de l'État, la protection de la loi et des principes démocratiques, la prolifération des armes, la protection des informations sensibles et la cyber sécurité.		intériorisée par les populations lors de l'époque de l'Union Soviétique.	možné hrozbě vědět, včas před ní varovat a vhodnými kroky jí eliminovat » (« La tâche de BIS n'est donc pas de rassembler des preuves qui seront utilisé pour emprisonner quelqu'un et l'amener devant la justice. Il s'agit de connaitre à temps une menace éventuelle et faire le nécessaire pour l'éliminer).	qui entend les citoyens et n'hésite pas à communiquer avec eux.
BfV	L'organisation, les champs d'actions, actualités, relations publiques, informations (FAQ, Lois, etc.)	Généralement impersonnelle. Sur la home-page, le président s'adresse à l'internaute à la 1e personne du singulier, puis à la 3e personne du	Tend à fournir une grande quantité d'informations quant au fonctionnement et l'histoire du service (NS) au public, expose les façons du contrôle du service,	Citoyen allemand, personnes intéressées par une carrière (et la formation) dans l'institution.	Les rubriques purement informatives prennent place dans une communication centrée sur l'institution, communication très formelle, langage très administratif

		singulier. Les interpellations de l'utilisateur sont régulièrement utilisées.	pas d'information sur les actions à part les grands champs d'action	langues du site: Allemand et anglais. Hotline en turc et en langue arabe	
BND	Sérieux, fiabilité, cadre législatif, modernité, attachement à la République Fédérale d'Allemagne et information.	Généralement impersonnelle. Sur la home-page, le président s'adresse à l'internaute à la 1e personne du singulier, puis à la 1e personne du pluriel. Les interpellations de l'utilisateur sont rares excepté dans la section consacrée au recrutement où elles sont très largement utilisées.	Centrée sur l'institution, son fonctionnement et son cadre législatif.	Principalement, citoyen allemand, mais aussi personne de langue anglaise, française, russe ou espagnole.	L'utilisateur est sollicité dans le cadre du recrutement et dans le mot du président. La communication est fortement centrée sur l'institution, peu sur la relation.

CNI	Sécurité, menaces et agressions relatives à l'indépendance nationale ou au territoire, protection de l'information classifiée, modernité, cadre législatif, cycle de renseignement, information, recrutement, patriotisme, statistiques, Histoire du service de rensegnement en Espagne, formations et actions.	Énonciation à la 1e personne du pluriel « intentamos dar a conocer nuestro Centro, nuestras instalaciones y también nuestras inquietudes, siempre presididas por la idea de servicio a España y a los españoles », « pasamos a ser un instrumento que, junto a otros similares de nuestros socios y aliados, se ocupa de que el mundo sea más estable, más seguro y más justo ».	Service exposant ses objectifs, son encadrement légal, son financement et ses compétences techniques, telles que la coordination avec d'autres services d'information de l'État et des services de renseignement étrangers.	Citoyen espagnol, de préférence avec une formation universitaire pour ceux qui seraient intéressés par une carrière au sein de l'institution. Le site s'adresse aussi à toute personne de langue anglaise, française, catalane et galicienne.	Le site crée une relation avec l'utilisateur, s'adressant à lui de manière directe dans le cadre du recrutement. Il présente une communication centrée sur l'institution et son encadrement légal.

DGSE	Utilité, actions, recrutement, renseignement, attachement à la France, cadre juridique et information.	Impersonnelle (sauf dans certains articles et dans les « FAQ ») et à l'occasion à la 1e personne du pluriel (« Qui sommes-nous ? », « Que faisons-nous ? »).	Tend à l'objectivité, argumentation sur la réalité du métier et démystification du renseignement.	Citoyen français, mais aussi toute personne de langue française, anglaise ou espagnole. Le destinataire francophone est aussi une personne susceptible de s'intéresser à des thématiques liées à la Défense.	Peu de réelle intégration du récepteur dans le discours, mais volonté de faciliter les repérages de l'internaute avec un balisage clair. Seule une photo propose une interpellation visuelle.
GCHQ	Cryptographie, renseignement, sécurité, technologie, recrutement (www.gchq-careers.co.uk), actualité (« […] ISIL in the Middle East, the clash between Russia and Ukraine, and the rise of cybercriminals and online paedophiles »),	Énonciation le plus souvent à la 3e personne du singulier avec insistance sur le nom de l'organisme (« GCHQ acts in accordance with UK law »). Mais, la 1e personne du pluriel est employée aussi, notamment dans les intitulés de certaines sections (Who we are, What we do,	Le Directeur, Robert Hannigan, annonce : « I hope the Website will help you to understand more about what we do to protect the UK ». L'énonciateur est une institution qui explique sa raison d'être et ce qu'elle fait pour les citoyens britanniques. « Why does GCHQ have a Website? Yes we are	Citoyen britannique ou internaute de langue anglaise. Les recrues potentielles sont redirigées vers un site dédié au recrutement.	Interpellation de l'utilisateur dans la section consacrée aux questions-réponses, formulation de certaines questions comme étant posées par l'utilisateur. Usage régulier de la tournure impersonnelle et du « nous ». Interpellation de l'internaute par les deux photos du Directeur qui regarde l'énonciataire dans les yeux et s'adresse à lui dans son mot de bienvenue.

	histoire (Bletchley Park), communications, contrôle (« In a democratic society, it is vital that security services are as transparent as possible without compromising operations »), législation.	How we work), dans certaines parties du site il est question de « Our organization » et l'énonciateur utilise donc le « nous ». Les questions sont formulées indifféremment selon une tournure impersonnelle, ou comme si elles étaient posées par l'internaute. Quelques interpellations de l'utilisateur dans les FAQ (« You can, however, read more about what it's like here, and see some pictures of what it looks like inside our building, on our 'Who we are' pages ») ou dans la section Contact us (« If you are interested in our current vacancies,	a secret intelligence agency, but we are committed to being as open as we can be, in line with the Government's openness policy. We have had a Website since 1997 and strive to publish as much information as possible without compromising security ».		

		please see our new careers Website »),			
KGB	Les thématiques sont la sauvegarde des secrets d'État et la divulgation de l'activité des espions sur le territoire biélorusse, les activités d'espionnage dans les domaines tels que la politique, l'industrie et l'économie. Le terrorisme et la protection des citoyens apparaissent également comme les thématiques phares du travail du KGB.	Énonciation impersonnelle, par paragraphes distincts en listes. Beaucoup de textes informationnels et descriptifs.	Énonciation impersonnelle, parlant des organisations et du pays à la troisième personne. Le langage donne l'impression de langue de bois.	Le destinataire n'est pas adressé directement. La tournure la plus utilisé est 'le citoyen doit/est dans le droit de'. Même dans la partie qui explique comment il faut contacter l'organisation il s'agit des critères du message.	Une relation hiérarchique semble être créée avec un rapport concentré sur les droits et devoirs du citoyen et de l'État et du KGB

MIT	Sérieux, héritage historique, recrutement, secret, renseignement, cadre législatif, information et participation à la politique de sécurité nationale.	Surtout énonciation à la 1e personne du pluriel, parfois impersonnelle ou s'adressant à l'utilisateur.	Service centré surtout sur son évolution et sa contribution apportée à la nation turque.	Citoyen turc ou toute personne de langue anglaise.	Centrée sur l'institution et son héritage historique. Présence de quelques interpellations de l'internaute.
UZSI	Les thématiques abordées sur le site sont mise en évidence dans le texte de page d'accueil. Les rubriques « à propos de nous », « pour vous », « avec vous », « carrière », « questions », « contact » sont présentes. Une colonne des faits d'actualité apparait également, ainsi qu'un dictionnaire des termes spécifiques.	L'énonciation parait très structurée et sèche. Très soutenue avec une interpellation presque unique de l'énonciataire par un vouvoiement sur la page de recrutement qui s'adresse aux lecteurs par « Madame, Monsieur hautement estimés » (« Vážená paní, vážený pane »). Malgré cette interpellation, l'énonciation parait distante car le temps passif est souvent utilisé pour décrire les actions possibles de la personne qui	L'énonciateur utilise la 1e personne du pluriel et se place donc plutôt à la place des personnes qui travaillent dans l'UZSI, l'organisation restant impersonnelle et n'est mentionné que rarement.	Le destinataire est « très estimé » et il semble que le ton soutenu du texte lui attribue à priori un niveau culturel élevé, le gout de la rigueur et un certain nombre de valeurs morales. Cependant l'absence d'adresses directes au destinataire ne donne pas de portrait concret du public cible.	L'information est donnée de manière structurée et claire en utilisant des nombreux liens renvoyant à des précisions sur d'autres pages du site ou ailleurs. La relation entre l'énonciataire et l'énonciateur peuvent être vue comme poliment distantes.

		voudrait interagir avec le service.			
SIS (MI6)	Modernité, technologie, efficacité, imagination, travail d'équipe par des anonymes, contribution à l'Histoire, actions, recrutement, cadre législatif et service à la société britannique.	Équilibre entre énonciation impersonnelle et à la 1e personne du pluriel (« What we do »), mais présence de nombreuses interpellations du récepteur (« Answers to your questions », « Please read the Careers section », etc.). Dans les témoignages, les employés s'expriment à la 1e personne du singulier.	Service exposant ses actions, ses valeurs, ses objectifs et ses valeurs, faisant aussi parler ses employés. La dimension institutionnelle est prépondérante, de même que l'usage du site comme plate-forme de recrutement.	Citoyen britannique, particulièrement ceux qui seraient tentés par une carrière au sein de cette institution. Le site s'adresse aussi à toute personne de langue anglaise, française, espagnole, russe, chinoise et arabe.	Le site crée une relation avec l'utilisateur, s'adressant à lui de manière directe ou par le biais de témoignages d'employés (qui demeurent anonymes et ne sont connus que par leur rôle et leur prénom), tout en présentant une communication centrée sur l'institution. Égocentrisme par le biais des employés anonymes.

SZRU	Sécurité nationale, souveraineté et intégrité territoriale de l'Ukraine, coopération internationale (avec la situation politique autour de l'Ukraine cette coopération doit servir à « repousser l'agression extérieure de la Russie et de la diffusion des mouvements séparatistes dans certains régions de l'Ukraine »).	Impersonnelle avec insistance sur le nom du service	Service orienté à approfondir la coopération internationale comme « l'un des éléments les plus significatifs de l'activité de renseignement du Service ». Selon le président du SZRU Victor Hvozd « le service de renseignement extérieur de l'Ukraine se trouve confronté à une situation de véritable menace pour la souveraineté nationale et l'intégrité territoriale en raison des actions d'un pays étranger visant à soutenir les réunions séparatistes en Crimée ». Énonciateur fortement orienté vers la coopération internationale, renseignement dans	Le destinataire est un utilisateur de langue ukrainienne ou anglaise. Le site s'adresse aux ukrainiens-patriotes, intéressé par l'histoire et les activités passées du SZRU et tentés par une carrière dans ce service ou au public occidental intéressé par la coopération internationale.	Communication fortement centrée sur l'institution. Rares interpellations de l'utilisateur seulement dans les sections liées au recrutement.

			les domaines politique, économique, militaire et technique, scientifique et technique, l'information et les sphères écologiques.		
Océanie					
ASIS	Attachement au Gouvernement d'Australie, éthique, diversité, sérieux, confiance, responsabilité, information, cadre législatif et recrutement.	Énonciation majoritairement à la 1e personne du pluriel, avec des interpellations de l'utilisateur (« If you would like to learn more about ASIS or are thinking about a career with us, we encourage you to read more »). Parfois, tournures impersonnelles.	Centrée sur l'institution et ses valeurs, tout en créant une relation avec l'internaute.	Citoyen Australien, mais aussi utilisateur de langue anglaise.	Majoritairement centrée sur l'institution, avec des interpellations de l'internaute.

8.9.2. Valeurs et vision du monde, aspects iconiques et identité visuelle

Service	**Valeurs et vision du monde**	**Aspects iconiques et identité visuelle**				
		Logo	Signature institutionnelle	Images & aspects de la composante iconique	Couleurs du site	Structures iconiques
Afrique						
NIA	Dynamisme, innovation, bien-être du Nigeria, appel du devoir, patrie, rapidité, précision, recherche de la vérité, liberté, justice, engagement, loyauté, dévotion à sa mission et sa vision, calme, discrétion et patriotisme (« Quiet and unobtrusive, patriotism is the hallmark of the NIA »).	Globe dont les méridiens et les parallèles sont visibles. Une devise est inscrite sur une bannière rouge au bas de ce globe, mais n'est pas lisible. Une animation fait jaillir deux poissons de la bannière, de façon à ce qu'ils s'inscrivent symétriquement sur le planisphère. C	N/A	Des photos contextuelles accompagnent les news et une série de photos de bâtiments se trouve dans la section consacrée au recrutement. La galerie photos comprend quatre albums thématiques. Dominante de bleus, vignettes accompagnées de textes (mais rares).	Différents tons de bleus, blanc et noir.	N/A

		dernier est surmonté des armoiries du Nigeria : deux chevaux blancs cabrés encadrent un écu surmonté d'un aigle, l'ensemble est complété par une bannière d'or reprenant la devise du Nigeria, « Unity and faith, peace and progress ».				

SSA	« […] effective and efficient intelligence architecture » (Cité industrielle). « The mandate of the SSA is to provide the government with intelligence on domestic and foreign threats or potential threats to national stability, the constitutional order, and the safety and wellbeing of our people » (Cité civique). « The Foreign Branch (former South African Secret Service - SASS) is a national intelligence structure established by the Intelligence Service Act 38 of 1994 and whose continued existence is provided for in the Intelligence Services Act 65 of 2005 » (Cité civique). « [...] advice on the opportunities that exist in the external environment that should be exploited to enhance South Africa's	Les armoiries sont présentées dans le coin supérieur gauche de la page, accompagnées de la mention « State Security -State Security Agency - Republic of South Africa ». Ce sont celles de l'Afrique du Sud. Elles figurent un bouclier doré (permet d'afficher son identité et de se défendre) orné de deux figures humaines (art rupestre khoisan), représentées l'une face à l'autre, en train de se saluer, en signe d'unité. Le bouclier est	N/A	Peu de photos. A l'opposé des armoiries, sur le bandeau, dans le coin supérieur droit est représenté le drapeau de la République d'Afrique du Sud. Les seules photos représentées sont celles des Ministres, sur la page d'accueil : MD Mahlobo (Minister of State Security), ENN Molekane (Deputy Minister State Security) et Sonto Kudjoe (Director-General of the SSA).	Le fond est un dégradé de vert au jaune-beige. Ce même dégradé figure sur le bandeau du site. Les autres couleurs sont du gis et du gris-bleu très clair.	Les photos sont de même format. Les deux premières présentent une unité stylistique : même fond brun, axe y-y. La dernière figure la Directrice-Générale du Service sur un fond gris qui regarde hors du champ. Ces mêmes photos reviennent dans la section consacrée aux CV des personnages en question.

	national interest, be it in the political, economic, social or international relations sphere » (Cité marchande & industrielle). Proactivité, anticipation, « fournir un entrainement de qualité aux membres de la communauté du renseignement », respect de la Constitution et des lois, contrôle.	encadré par deux épis de blé (symboles de fertilité et de croissance) et deux paires de défenses d'éléphants (symbole de sagesse, de force et d'éternité) Sous le bouclier, dans la continuité des défenses, un bandeau contient la devise « !ke e:/xarra /ke », écrite en langue khoisan, qui signifie littéralement « divers peuples s'unissent ». Au-dessus du bouclier sont une lance et un bâton de guerre croisés, en signe d'unité, sont représentés. Ces				

		armes sont surmontées d'un triangle (représentant l'artisanat d'Afrique) qui constitue le buste d'un oiseau identifié comme étant un « messager sagittaire » représenté les ailes déployées. Cet oiseau est un prédateur de serpent et symbolise donc la protection de la nation contre les ennemis potentiels. Entre les ailes de l'oiseau est placé un soleil levant, symbole de renaissance, d'intelligence, de connaissance et de source de vie.				

Amérique du Nord & Centrale						
CIA	Les valeurs de la CIA, exposées dans la section « Ethos » sont les suivantes : service, intégrité, excellence, courage, travail d'équipe et intendance/gérance (stewardship). « We accomplish what others cannot accomplish and go where others cannot go », communauté, équipe, protection des intérêts américains, 1e ligne de défense de la nation, patriotisme, service, intégrité et excellence. « Preempt threats and further US national security objectives by collecting intelligence that matters, producing objective all-source analysis, conducting effective covert action as directed by the President, and safeguarding the	Dans le coin supérieur gauche de chaque page : disque bleu à bord jaune au centre duquel la tête d'un aigle (symbole de la nation, vigilance et force) surmonte un écu blanc (« première ligne de défense de la nation ») dans lequel s'inscrit une rose des vents rouge à 16 branches (informations qui proviennent de tous les coins du monde et qui convergent en un point central). Les couleurs du logo rappellent celles	« The work of a nation. The center of intelligence. »	Photos de matériel historique, espionne devant un coffre fort (jeux), « Kryptos », SR-71 Blackbird, bannière étoilée, globe terrestre avec pièces de puzzle en transparence et hommes d'affaire se serrant la main, femme sur fond de drapeau américain, photos d'objet historiques sur fond sépia, colonnes d'un bâtiment, etc. Des photos accompagnent certains paragraphes : bâtiment célèbres des États-Unis (Capitole, maison blanche ou encore Pentagone), personnes qui travaillent	Blanc et bleu, mais aussi quelques éléments en jaune.	Les photos qui accompagnent les rubriques du menu principal sont toutes en nuances de gris-bleu, de format rectangulaire.

	secrets that help keep our Nation safe ».	du drapeau du pays. Le logo comporte dans la partie supérieure la mention « Central Intelligence Agency » en blanc et dans la partie inférieure, en rouge sur fond jaune, « United States of America ». Le logo est accompagné d'un globe terrestre en gris sur fond blanc qui montre une partie des États-Unis et des méridiens et parallèles.		(technicien qui utilise un microscope), groupes de personnes qui regardent vers l'utilisateur, etc. Dominante de couleur bleue, diagonales, sujets coupés, asymétries, flous, jeux sur les lumières, technologie, métonymie et thématique de professionnalisme.		

CISEN	Service du Mexique, respect des normes internationales, de la légalité et de la démocratie, contrôle, fidélité, efficacité, discipline, discrétion, honnêteté, responsabilité et respect de la loi. Sa vision est d'être la référence indispensable en matière de renseignement stratégique de l'État mexicain, connu pour sa capacité à anticiper et pour sa prise de décision en matière de sécurité nationale. Contrôle démocratique exercé par les représentants des pouvoirs exécutif, législatif et judiciaire, suivant les termes de la Loi sur la sécurité nationale.	Deux bras, un rouge et un vert, s'enlacent pour former un ovale blanc dont la ligne de force trace la diagonale du rectanle noir qui constitue le fond. Les couleurs (vert, rouge et blanc) rappelent celle du drapeau mexicain.	N/A	Deux photos du bâtiment du service et un gros plan sur un drapeau mexicain flottant au vent sur la page d'accueil. Photo du directeur général actuel, présenté légèrement de trois-quart, sérieux, dans un costume sombre et cravate rouge, et qui regarde l'utilisateur dans les yeux. Dominante de gris. Certaines icones rappelent les couleurs du drapeau du Mexique.	Différents tons de gris, rouge et noir.	Excepté le diagramme accompagnant le texte consacré au cycle du renseignement qui est structuré en une étoile dynamique, les rares images du site sont rectangulaires et comportent du gris.

NSA/CSS	« Information is power. », protection des droits des citoyens américains, préparer le futur, travaille avec vous et pour vous, respect de la loi et de la Constitution, intégrité, défense du pays, honnêteté, « When we know our adversaries' information and they don't know ours, we have the information advantage », responsabilité, égalité, loyauté, collaboration, innovation, apprentissage, « We act for the good of the nation. And we need your support ».	Dans le haut de la page, au centre figurent les logos circulaires de la NSA et du CSS. Celui de la NSA représente l'aigle américain tenant dans ses serres une clé dorée et un écu aux couleurs des USA (ligne rouges et blanches surmontée d'une bande bleue). Il comprend, en outre, les inscriptions « National Security Agency/United States of America ». Celui du CSS représente le même aigle sur une étoile à cinq branches entre les rayons de	« Defending our nation. Securing the future. » Les deux phrases sont présentes dans le haut de la page et dans le bas où elles sont entrecoupées de l'aigle américain tenant une clé. Parfois apparaît « For the good of the Nation » sur un fond aux couleurs américaines.	Les photos qui accompagnent chaque page présentent des sujets différents (tout en conservant un cohérence stylistique) et peuvent se présenter sous forme de bandeau (accompagné d'une ou deux phrases) ou sous forme de vignette intégrée dans le haut du texte : bâtiment en verre avec une perspective vers le ciel, logo du service ou globe accompagnés de motifs cybernétiques, enfants regardant la carte des USA, étudiant avec un ordinateur portable qui regarde vers l'utilisateur, parabole-satellite, etc. Lorsque des	Bleu, blanc, gris et rouge.	Unité, structures rectangulaires et animations.

		laquelle sont figurés les emblèmes des différents corps d'armée des États-Unis. Ce logo comprend la mention « Central Security Service/United States of America ».		personnes sont représentées, elles regardent vers l'internaute en souriant et sont vêtues de costumes de travail. Flous, modernité, cybernétique, métonymie, métaphore, parfois asymétries, photos-témoins, thématique de professionnalisme, axe y-y.		
SCRS/ CSIS	Protection des intérêts du Canada et des citoyens, conseil du Gouvernement, respect des droits des personnes, bien-être au travail, proactivité, prévention, efficacité, intégrité exemplaire, adaptation, perfectionnement, excellence et « contribution à la protection des valeurs et des institutions démocratiques du Canada ».	Carré bleu, aux bords dorés, auquel sont attachés de manière symétrique douze pentagones oblongs de mêmes couleurs. Au centre, figure une feuille de chêne canadien rouge sur fond blanc. Le logo	N/A	Quelques photos représentent des personnes d'une trentaine d'années, en costume, généralement souriants. Le bandeau à dominante bleue et blanche figure un globe (à gauche) et un bâtiment à l'architecture moderne (à droite). Dominante du bleu,	Blanc, bleu, noir et le rouge de la feuille de chêne (qui est ainsi mise en évidence).	Structures rectangulaires, unité assurée par la couleur bleue (en général).

		est surmonté d'une couronne. Il apparait en petit dans le coin supérieur gauche de la page d'introduction et des différentes pages du site. Une feuille de chêne rouge est présente sur le bandeau. Un logo « Canada » comprenant le drapeau du pays est présent dans le coin supérieur droit.		images figuratives, monochromatisme.		
USIC	« The men and women of the Intelligence Community (IC) are the frontline of defense against hostile actions aimed at the United States ». Vérité, respect de la loi, intégrité, défense du pays, menaces, terrorisme et excellence. « A global network of thousands of	Disque doré comportant en son centre l'aigle américain sur un globe terrestre, encadré par une rose des vents. Sous le symbole central, une bannière porte la mention « collaboratus	« collaboration. comittment. courage. » (Collaboration, engagement, courage)	Photos de collaborateurs représentant la communauté du renseignement qui regardent l'utilisateur en souriant. Il semble que la diversité, valeur pronée par l'organisation, soit figurée par ces	Tons foncés : nuances de gris et de bleus.	Unité et structures rectangulaires. Rappel sur les 4 principales photos de la page d'accueil de la thématique abordée : « Our organizations » ou « Our mission ».

	people working together ».	virtus fides ». La partie haute du logo comporte le nom de l'organisme : « United States Intelligence Community ». Le pourtour du disque est marqué de 16 étoiles.		images qui sont censées montrer des citoyens américains de sexes, d'âges et d'origines très variés. Bannières étoilées, réseaux et cartes du monde peuvent être aperçus sur certaines photos. Personnages souriants, majoritairement. Modernité, monde, axe y-y, communauté variée.		
Amérique du Sud						
ABIN	Protection de l'État de droit démocratique, de la société, de la souveraineté nationale et de l'efficacité de la puissance publique. L'instance énonciatrice évoque sa mission en ces termes : « ABIN […] has the duty to : plan, execute, coordinate,	Sphère bleue comprend cinq étoiles entourée de deux anneaux jaune et vert. L'emblème porte la mention du nom du service sur son contour, avec à nouveau la	N\A	Peu de photos sur le site à l'exception de la partie droite du bandeau qui présente une iconographie variable : des hommes et des femmes assis autour d'une table de travail, des	Bleu, gris et noir.	Unité, structures rectangulaires

	oversee, and control the Intelligence activity ». Enfin, elle précise qu'elle est une « agence d'État » et non une « agence gouvernementale », puisqu'elle n'a aucun lien avec le gouvernement ni avec aucun parti politique.	présence de plusieurs étoiles blanches, au nombre de douze, soit le nombre d'agences régionales du service. Ceci rappelle le drapeau brésilien qui est lui-même composé d'une sphère de couleur bleue étoilée et qui est également jaune et vert. Comme expliqué dans la section « Protocol and Ceremonial », les anneaux convergent à l'emplacement géographique du Brésil et cette représentation a pour vocation de traduire le dynamisme du		poissons qui forment un cercle dans l'eau, des bâtiments, une femme qui tient dans sa main le logo du service, une étagère sur laquelle les livres sont rangés, etc.		

		service. Le cercle évoque la protection de la sécurité.				
DINI	« Être un organisme de prestige international », excellence, noblesse, patriotisme, égalité, légitimité, contrôle démocratique, pertinence, spécialité et planification.	Le logo du service est composé de deux cercles concentriques bleus au centre desquels est inscrit « DINI », avec un effet de reflet lumineux animé. Entre les cercles, figure l'inscription « Dirección Nacional de Inteligencia ». Les armoiries du Pérou, présentes sur la page d'accueil et dans la partie supérieure de chaque page, sont composées d'un écu	N/A	Organigramme du service.	Bleu, blanc et rouge.	N/A

		tripartite comprenant une corne d'abondance d'or, une vigogne sur fond bleu et un arbre sur fond blanc.				
Asie & Moyen-Orient						
BIN	Volonté affichée de changer la vision du renseignement auprès du public qui est vu comme un partenaire : « The authority does not always mean to the image of awesomeness, or even violence. It also contains the value of harmony between the institution and stakeholders, including public. The nice and comfort environment should be promoted to change "the image of intelligence" over the years ».	Le logo, sphérique, est présent dans le coin supérieur gauche de chaque page, accompagné de la mention du nom du service. Il est composé d'un disque bleu entouré d'une bande de couleur or qui reprend la mention « Badan Intelijen Negara - Republik Indonesia ». La partie bleue est	N/A	Photos de directeurs du service, certaines de style ancien, personnages en uniforme, sérieux, personnages en chemises de couleurs vives, photos de remises de médailles, de discours. Aussi, photos de monuments, du bâtiment officiel du service et du drapeau indonésien. Axe y-y à l'occasion. Personnages sérieux en général.	Noir, gris et bleu. Certaines indications sont en jaune ou en rouge.	Structures rectangulaires présentant majoritairement des personnages. Pas de réelle unité.

		composée des armoiries du pays, un aigle sous lequel figure la mention « Bhinneka Tunggal Ika » (« Unité dans la diversité »), entourées de 30 étoiles à cinq branches de couleur noire.		Personnages en uniforme, ton solennel, vêtements colorés sur certaines photos, femmes souriantes.		
FSB	La valeur principale de l'organisation est la protection de l'État et des citoyens. Efficacité de coopération avec les organisations internationales, la protection des frontières.	Le logo de l'organisation est appelé « signe héraldique ». Il apparait en haut à droite. Un aigle à deux têtes couronné (une couronne sur chaque tête et une qui est au milieu) sur un bouclier en acier avec une épée derrière, sur fond rouge. L'aigle tient un	Pas de signature institutionnelle, mais un encadré demandant à toute personne qui peut partager des informations sur une attaque terroriste qui se prépare de les partager via téléphone ou message avec le FSB	Mis à part l'entête ; il y a une quasi-absence des photos. Le drapeau au vent est le seul élément dynamique du site, sinon il est blanc-gris clair avec des textes structurés et assez courts.	Blanc, gris clair, bleu clair. Rouge pour le logo, le drapeau et une partie de l'encadré sur la prévention du terrorisme.	Très dépouillé avec le menu à gauche et les textes courts dans un encadré rectangulaire. Le dynamisme du drapeau. La structure du texte se base beaucoup sur des références aux textes législatifs qui sont souvent mis en relief par un changement de couleur vers le bleu.

		sceptre et une orbe. La figure de Saint George tuant le dragon (Saint de la Russie) en or sur fond rouge, apparaît également. L'entête comprend aussi un grand plan sur le drapeau russe en mouvement à gauche, avec une espace de blanc entre l'encadré avec le logo et le nom de l'organisation et le drapeau. Une mini carte avec la division de la Russie en secteurs apparait sous l'entête et est présente sur presque toutes les pages du site. La page d'accueil				

		héberge également un encadré avec les félicitations pour les 70 ans de la « Grande victoire » (IIe GM) sur fond rouge et blanc séparé par le ruban de Saint-Georges, symbole du patriotisme militaire. Colombe blanche sur fond bleu clair avec les dates 1945-2015 sont à gauche de l'encadré.				
GID	Respect des droits humains et des citoyens, justice, intégrité, sauvegarde de la sécurité nationale, responsabilité partagée avec la société civile, liberté, patriotisme. « Welcome to GID's Website which we hope	Le logo du service bénéficie d'une explication détaillée de sa signification dans une section dédiée. Ce logo représente un aigle (oiseau de	Pas réellement une signature institutionnelle, mais une devise sous le blason : « dire la vérité prime »	Le bandeau reprend le drapeau du Royaume de Jordanie, un ciel bleu et deux vues du site archéologique de Pétra, dont une vue de la Khazneh. Ce site jordanien est inscrit au	Blanc, bleu clair et texte en gris.	Seul le bandeau du site est illustré. Il n'y a aucune autre image à l'exception d'une photo du directeur et du Roi.

	will serve as a portal for fruitful communication and foster transparency, openness and mutual trust in the service of our country's strength, pride and stability ». « […] national institution based on values of righteousness, justice, integrity, transparency and commitment to the soul of the constitution and laws to help it achieve it's noble objectives of protecting national security, stability and achievement » (Cité civique). « The GID is also a leader in the national fight against corruption in all its forms. GID is convinced that the phenomenon of corruption is a major obstacle to the nations political, social, and economical development » (Cité industrielle).	la Jordanie qui symbolise la puissance, l'invulnérabilité et ayant autorité sur la cible) tenant un serpent (symbolise l'ennemi interne ou externe) dans ses serres sur un fond figurant un bouclier (bouclier arabo-islamique sculpté des vingt-cinq portes arabes marquant le Jour de l'Indépendance jordanienne du 25 mai et qui représente la sécurité nationale de la patrie) derrière lequel deux épées (épées arabes symbolisant		patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1985. Sur la page d'accueil figure le directeur du service, en costume et qui regarde l'utilisateur dans les yeux. Cette dernière photo apparaît comme étant mal redimensionnée et est trop étirée verticalement. Photo du Roi dans la section dédiée à ses citations, en costume, qui fixe l'utilisateur dans les yeux.		

		l'utilisation du pouvoir contre le terrorisme, le mal et la corruption) sont croisées. Le bouclier est surmonté de la couronne royale hachémite symbolisant le système politique d'une monarchie constitutionnelle, et est encadré par deux branches d'olivier symbolisant les bras de l'unité nationale. Sous le bouclier, un ruban reprend un verset coranique dont la traduction est « dire la vérité prime » qui signifie que le service affirme représenter la				

		vérité et cherche à combattre le mensonge.				
MOSSAD	Diplomatie spéciale et relations secrètes, opérations secrètes, vocation et contribution à la sécurité d'Israël, détermination, persistance, privilège de servir le Mossad, excellence, appel national, identification aux valeurs de la nation et de l'État, justice, intégrité, moralité, humilité, responsabilité, discipline, discrétion, initiative, créativité, critique et ouverture d'esprit.	Ménorah (ou candélabre à 7 branches) dorée dans un disque bleu entourée d'une inscription hébraïque blanche qui pourrait se traduire par : « Où il n'y a pas de guide, le Peuple tombe. Mais dans l'abondance de conseillers se trouve la sécurité ».	« Where no counsel is, the people fall, but in the multitude of counselors there is safety ». Proverbs XI/14.	Photo en noir et blanc figurant la déclaration d'indépendance (avec drapeau Israélien en fond). Photos-portraits des directeurs successifs du Mossad. Sur la home-page : page bleue avec le logo du Mossad dans le coin supérieur droit sur laquelle est visible le drapeau israélien flottant à gauche (ce motif est repris dans le bandeau, mais symétriquement plane), une baie vitrée sur laquelle se découpe les silhouettes de deux	Blanc, bleu (soit les couleurs du drapeau israélien) et orange.	Structures rectangulaires, unité, simplicité.

				femmes et d'un homme qui marchent, des courbes blanches sécantes et une inscription en hébreu. Colombe blanche sur la page « Vision and values ». Dominante bleue et blanche, photos-témoins.		
NIS	« With the support of the public, we will faithfully fulfill our duties to act as a « fortress of the Republic of Korea » that shields the nation from hostile forces at home and abroad, protects the ROK citizens by responding to comprehensive threats and preserves national identity by safeguarding liberal democracy ». L'énonciateur énonce sa devise dans la section « Motto » : « Anonymous dedication to freedom and thruth ».	Le logo est présent dans le coin supérieur gauche de la page : la mention « NIS » en une typographie solide de couleur bleue accompagnée d'une rose des vents à 8 directions qui symbolise l'assistance du renseignement pour la nation et son peuple.	Power of intelligence, Power of Korea	Sur la page d'accueil, sous le bandeau, une image réalisée dans des tons de bleus montre un globe terrestre sur lequel méridiens et parallèles converge en Corée du Sud. À droite, son figurés des scientifiques en blouse blanche (protection du potentiel scientifique), des mains qui tapent sur le clavier d'un ordinateur, un	Différents tons de bleu et gris.	Les images sont majoritairement des illustrations dans des tons bleus avec des thématiques récurrentes (globe, rochers, dossiers, ordinateur, etc.).

	Le service a eu deux devises antérieures qui sont expliquées sur le site : « We work in the shadows to protect the sunlit land » (1961-1998) et « Intelligence is national might » (1999-2008). « The mission is the reason the NIS exists and its ultimate objective ». Les valeurs sont principalement celles que l'on trouve dans la cité civique et la cité industrielle.	Ce logo a changé par la suite pour une sphère bleue comprenant un taiji dans lequel s'inscrit une torche. Ce motif est encadré par deux dragons.		microprocesseur (cyber sécurité), un bâtiment industriel, deux personnages flous (anonymat), un imposant bâtiment (quartier général du service), deux paraboles (communication/information), une main pointant un document du doigt et une autre en train de rédiger (production de renseignement) et une rose des vents dans un cercle (symbole du service). 8 sections sont identifiées par une illustration de petite taille : micro stylisé (news), QG (background), globe avec mention « NIS » (mot du directeur), rose des vents (milestones/historiq		

				ue), phare (devoirs), rocher avec devise (motto), homme sur un globe (mission), deux rocher avec des devises (anciens mottos). Il n'y a pas de photos figuratives, mais un ensemble d'illustrations stylisées.		
SHABAK (ISA)	Défense d'Israël, lutte contre la menace terroriste, la subversion politique et l'espionnage, protection du secret d'État, « values of the State of Israel as a Jewish and Democratic State », dévouement à la mission, professionnalisme, allégeance, loyauté, discrétion, circonspection et intégrité.	Le logo de l'organisme est un disque bleu dont la moitié gauche est parcourue de courbes plus foncées. Une inscription blanche en hébreu y figure et reprend la devise du service : « Le Défenseur qui ne doit être vu ».	« Le Défenseur qui ne doit être vu ».	Photos de personnes marchant dans la rue, vus de dos, flous, en nuances de bleu. Terroristes avec des cagoules sur la tête. Hommes qui regardent à travers des jumelles. Photo de la courbure de la terre avec un satellite à droite, un drapeau israélien à gauche et la mention du nom du service et son logo au centre. Diverses photos de bâtiments	Bleu et blanc.	Rectangles à dominante bleue, le plus souvent. Sur la version en hébreu, plusieurs encarts comportent des silhouettes bleues foncées qui rappellent les personnages flous du carrousel et la silhouette de l'homme plongé dans la pénombre dont seul une main est visible, en pleine lumière, et touche un digicode transparent.

				anciennement occupés par l'organisme. Photos en noir et blanc dans la section historique (Adolph Eichmann) ou photos d'aspect ancien qui ont un intérêt documentaire. Photos des anciens directeurs du service, chacune avec des caractéristiques d'époque.		
SVR	Les valeurs de l'organisation ne sont pas énoncées dans une rubrique spécifique, mais elles se trouvent diffusées dans les textes. Le patriotisme et la volonté de servir la patrie en font partie. La continuité historique ainsi que l'encadrement juridique de la Russie d'aujourd'hui apparemment font partie des valeurs de SVR.	L'emblème de SVR superposant le drapeau russe apparait à chaque page séparé à gauche de l'intitulé avec le nom de l'organisation qui est superposé à une carte schématique du monde.	Pas de signature institutionnelle	Photos du bâtiment de SVR, des installations sportives et des lieux de mémoire, des portraits accompagnent des biographies, assez sobre. Photos des livres et dvd avec les matériaux faites sur le même modelé. Pas beaucoup de couleurs et quasi	Blanc, bleu, bleu clair, des éléments en vert très clair	Format rectangulaire pour les photos d'accompagnement, de taille assez petite

		L'emblème est un aigle bicéphale doré (symbole de la Russie), qui a une couronne sur chaque tête et une grande couronne lié aux deux avec un ruban. L'aigle tient dans les griffes une torche allumée et une épée en argent. Il porte un bouclier bleu avec une étoile au centre de laquelle le globe terrestre est représenté en bleu clair. L'explication de la portée des symboles n'apparait pas		absence de dynamisme. Pour les photos illustrant des vidéos et rapports présence de personnes qui travaillent - une femme au bureau et des hommes avec une carte. Couleur des photos prédominante - marron.		

Europe						
ABW	La section recrutement commence par une citation : « Musisz świecić przykładem odwagi, honoru, żarliwej dla Narodu służby ». En traduction libre, cela donne : « Tu dois briller par ton exemple de courage, d'honneur et de service ardent pour la Nation ». Respect de la loi et de l'État (Cité civique), contrôle civil, protection de la sécurité intérieure de l'État et de ses citoyens, « l'efficience et l'efficacité de l'économie sont importantes pour les questions de sécurité » (Cité industrielle), « garantir le bon fonctionnement de l'économie et un accès constant aux matières premières stratégiques telles que le gaz et le pétrole » (Cité industrielle), la	Structure ovale de couleur bleue qui contient un aigle qui porte une forme géométrique représentant le territoire polonais. En dessous du logo est écrit « Agence pour la sécurité intérieure (ABW) ».	N/A	La page du site comporte en fond, dans son coin supérieur gauche, sous le logo et le nom du service, la forme du territoire polonais accompagnée d'une série de points et de 1 et 0, dans différents tons de bleu. Différentes photos rectangulaires illustrent les thématiques de la section dédiée aux menaces : voiture en feu, hommes en costume avec oreillettes, billets de banque, unité d'intervention, etc. À l'intérieur des sections, des images illustrent, elles aussi, la thématique : menottes (lutte contre le crime organisé), page de calendrier « 11 septembre » en	Bleu foncé et texte blanc ou dans des nuances de bleu plus claires.	Différentes photos défilent sur la page d'accueil, des photos de mission (descente en rappel), mais également des billets de banques, des personnes en costumes avec un effet de flou, une voiture en feu, des écrans de PC avec des diagrammes, etc. Ces photos apparaissent dans une structure de forme de type parallélogramme aux coins arrondis qui donne une impression de dynamisme. Les photos présentent une unité de couleur, puisqu'elles sont majoritairement dans des nuances de bleu. Les photos des directeurs ont également une stylistique assez cohérente, avec des carrés transparents

	corruption perturbe « le fonctionnement des mécanismes du marché » (Cité marchande), etc.			feu (lutte contre le terrorisme), homme en costume qui met une enveloppe dans sa poche intérieure (lutte contre la corruption), etc. La section histoire ne comporte pas d'illustration.		dans le coin inférieur droit de l'image, sérieux et regardant l'internaute.
AISE **AISI**	Service du pays, indépendance, intégrité, culture de sécurité, secret d'État, compétence, performance.	Le logo, présent dans le bandeau est un cadre bleu dans lequel est représenté une sorte d'oiseau orange stylisé, avec une dimension de mouvement. À côté, figure la mention du nom du service soulignée par une courbe dynamique aux couleurs de l'Italie.	N/A	Presque aucune photo, sauf pour mettre en évidence certaines rubriques sur la page d'accueil. Des cadres bleus comportant des expressions oranges et blanches de dimensions différentes attirent l'attention sur les mots clés de la page qu'ils illustrent.	Blanc, bleu, rouge et vert.	Sans objet.

AIVD	Il y a une section séparée consacrée aux « mythes et malentendus» sur le site web qui examine les «biais» possibles que l'on peut avoir sur l'AIVD. Les valeurs sont le patriotisme et l'intérêt pour la nation, la protection de la société et la démocratie.	Sur le site, le logo du gouvernement est utilisé, en plus du nom de l'organisation. Le logo est visible sur le site (centré) et figure dans le bandeau de chaque page. L'AIVD a aussi son propre logo qu'il est possible retrouver dans les rapports annuels de l'organisation.	La devise de l'organisation est « per undas adversas ». Mais elle ne figure pas sur le site.	Quelques photos pour appuyer le message d'une page : une image d'une loupe et de fichiers, par exemple. Mais il y a de façon générale peu d'images.	Vert et blanc. Le fond du site est entièrement blanc. La barre de menu est affichée en vert (avec des lettres blanches). Le texte lui-même est affiché en noir (sur fond blanc). Les images utilisées sont des photographies en couleur (sauf la photo principale dans le jeu interactif).	Les photos ne sont utilisées que pour soutenir le propos et mettre en évidence certaines parties. Des images montrent des objets qui étaient importants dans la guerre froide pour le travail de renseignement.
BIS	Le fait que les valeurs ont changé depuis l'époque communiste est mis en évidence par l'énonciation. Il y a une insistance sur les valeurs démocratiques et le fait que l'organisation est contrôlé et financée par l'État.	Selon le site en français : « L´emblème du BIS est formé d´un grand symbole national placé sur la poitrine d´une aigle représentant l´esprit éveillé, la vigilance, la	« Audi, vide, tace » (entendre, voir et se taire).	La photo du bâtiment de BIS et du logo en forme de médaille change à intervalle régulier sur la page d'accueil du site. En bas de la page, à côté des informations pour contacter l'organisation l'emblème de l'État est présent. L'entête	Fond gris, blanc ou bleu.	Chaque page du site présente l'entête, la navigation, le texte et les contacts de l'organisation. Le site suit ce modèle et donne la sensation de l'ordre et familiarité.

		vitesse, l´assiduité et le respect et accompagné par le credo latin "Audi, vide, tace", indiquant que l´agent de service doit écouter ainsi que regarder bien et garder le silence sur son travail. Le grand emblème d´État symbolise le fait que l´agent du BIS est fonctionnaire d´État ».		du site est le logo centré de l'organisation sur fond gris, c'est la seule image présente lors de la navigation du site.		
BfV	Transparence, défense de la liberté et de la démocratie	Bundesadler, suivi d'un drapeau allemand, et du nom de l'institution (même logo que toutes les administrations fédérales). Dans le coin supérieur	N/A	Photo du bâtiment + bande avec photos (liées aux thèmes présentés - ex. ordinateur pour « danger des réseaux »)	Blanc et nuances de bleus.	Structures rectangulaires, unité, cohérence de style et de couleur.

		gauche de chaque page				
BND	Démocratie, ouverture, dialogue, information de l'opinion publique, secret, discrétion, monde multipolaire, mondialisation.	Le logo est dans le coin supérieur gauche de chaque page. Il est composé d'un aigle allemand noir sur fond blanc à droite duquel se trouve un bâtonnet aux couleurs du drapeau allemand accompagné de l'inscription « Bundesnachrichtendienst ». L'aigle est repris dans le bandeau vertical gauche et dans l'organigramme du service.	N/A	Le bandeau représente une antenne-satellite, une série de 0 et de 1, les ombres de plusieurs personnes, le monde, l'inscription BND, des graphiques et un œil entremêlés par effets de transparence et de superposition, dans une teinte bleue. Les illustrations thématiques des différentes pages reprennent ces caractéristiques avec des sujets tels que : le Palais du Bundestag, un puzzle et un globe, des journaux flous, etc. Les photos des nouveaux bâtiments du BND sont présentes sur le site.	Blanc et nuances de bleus.	Structures rectangulaires, unité, cohérence de style et de couleur.

				Une section comprend les photos des anciens présidents du service, souvent en noir et blanc. Les leaders du BND sont tous en costume (ou uniforme), axe y-y et sourire. Organigrammes du service. Dominante de bleus, modernité, thématique technologique (ou en lien avec le sujet de la page), effets de superposition et de transparence, confiance, axe y-y.		
CNI	« Organismo público responsable de facilitar al Presidente del Gobierno y al Gobierno de la Nación las informaciones, análisis, estudios o propuestas que permitan prevenir y evitar cualquier peligro, amenaza o agresión contra la independencia o	Dans le coin supérieur gauche de chaque page : bouclier du Gouvernement de l'Espagne, sur fond jaune, avec au-dessous un disque bleu à bord blanc avec l'inscription	Signature institutionnelle	Une animation qui fait penser à un radar en constant mouvement. Le couleur dominante est le rouge avec un fond bleu clair. Représentation du réseau du territoire, une partie du bâtiment en vue aériene et un morceau	Plusieurs tonalites de bleu claire, avec des textures. Le rouge sur l'image interactive domine la composition, mais il existe de touches d'orange, de gris et de noir.	Structures rectangulaires Image « interactive » qui rappelle un radar en mouvement.

	integridad territorial de España ». « Ingresa en un servicio de inteligencia dinámico, capaz de prevenir los riesgos que amenazan nuestro país ». « El CNI te ofrece la oportunida de estar en primera linea de la seguridad nacional, contribuyendo a diseñar el futuro ».	« España - Centro Nacional de Inteligencia ». Au centre de ce bouclier figure une partie de la terre en bleu et blanc.		de façade avec un drapeau. En bas de la page : un homme en costume et cravate (un petit texte accompagne l'image : « procédure d'entrée »). Une main en train de manipuler un ordinateur à l'aide d'une souris (le texte qui accompagne l'image : « Visite Virtuelle »). En explorant le site, plusieurs petites images accompagnent les onglets, comme les photos de quelques fonctionnaires du service.		

DGSE	Ouverture aux citoyens, déontologie, protection des intérêts de la France et de ses citoyens et service de la République.	Le logo de la DGSE est un cercle bleu entourant un oiseau noir qui porte de ses ailes un globe terrestre bleu, parcouru de lignes blanches, au centre duquel figure un hexagone rouge. Présence aussi du logo du ministère de la Défense dans le coin supérieur gauche : rectangle dont une partie figure la silhouette de la Marianne en blanc sur fond bleu et rouge, comprenant la devise de la France (Liberté, Égalité, Fraternité).	Celle du ministère de la Défense, dont dépend la DGSE : « Pour une Défense d'avance ».	Présence d'un bandeau défilant à dominante bleue sur lequel figure la mention DGSE et le logo du ministère de la Défense. Des photos illustrent aussi les différentes rubriques et présentent des caractéristiques de modernité (technologies) et de fiabilité. Dominante de bleu, flous, parfois asymétries, linéarité, bandeau défilant.	Dominante chromatique noire, blanche, bleue et un peu de rouge, reprise des couleurs du logo.	Unité, parfois asymétrie, structures rectangulaires accompagnées quelquefois de pastilles sphériques.

GCHQ	Transparence, démocratie, sécurité des infrastructures et des citoyens, cybermenaces, terrorisme, crime organisé. « There are many misconceptions about working at GCHQ. People assume that we are an organisation of ultra-secretive technical specialists. In fact our organisation depends as much on good communication as on secrecy ». Cité civique (intérêts de la Grande-Bretagne) et industrielle (technologie, efficacité).	Mention GCHQ en blanc sur fond bleu foncé encadrée par deux courbes blanches qui figurent une élipse vue en perspective. Au-dessus du nom du service, entre les deux rubans blancs, figure la couronne d'Angleterre. Ce cercle stylisé rappelle aussi la forme du QG du service : le « Doughnut », aussi de forme elliptique comme son nom l'indique.	Sur le site dédié au recrutement figure la mention « Make a complex world yours ».	Dans le coin supérieur gauche figure un globe terrestre bleu entouré de flux et d'un ensemble de 0 et de 1 (système binaire). Photo du directeur, souriant et regardant l'internaute. Photo d'un batiment avec le drapeau arc-en-ciel pour figurer la diversité. Les photos de la section historique sont en noir et blanc (Bletchley Park, ancien ordinateur, etc.). Personnage dans une salle d'un serveur central. Photo d'un bandeau "Police do not cross" avec des policiers en fond pour figurer l'analyse criminelle. Voiture calcinée pour figurer les menaces. Seringue et gélules sur des inscriptions « drug threat » pour	Dominante blanche et bleue.	Structures rectangulaires, rappel de certaines thématiques récurrentes (menace, technologie, flux d'informations, etc.), peu de personnages.

				figurer les menaces relatives au trafic de drogue. Aussi photos de bâtiments.		
KGB	La sécurité, le respect des frontières et la protection du pays contre les espions semblent être les valeurs principales.	Le logo de l'organisation apparait à gauche dans l'entête du site. C'est l'emblème de la Biélorussie qui est sur un bouclier avec une épée au milieu et avec le drapeau du pays en ruban entourant le sigle de l'organisation. L'emblème du pays est constitué des frontières du pays qui sont au-dessus d'un globe terrestre sur le fond du soleil avec des rayons. Cette représentation de la Biélorussie	Pas de signature institutionnelle, mais un encadré demandant à toute personne qui peut partager des informations sur des crimes qui se préparent de les partager via téléphone avec le KGB	L'entête du site est une des seules composantes iconiques présentes sur le site. On y trouve (de gauche à droite) le drapeau biélorusse avec la prédominance du rouge sur le vert, le logo du KGB dessus, l'emblème du pays en plus petit au milieu et une photo du bâtiment du comité de la sécurité nationale de la République Biélorusse. Les autres images qui sont présentes sur le site sont : les photographies des divers bâtiments des structures officiels du KGB et ses collaborateurs, les signes héraldiques	Fond gris foncé derrière l'entête, le corpus du texte est écris dans un encadré gris qui est sur un fond gris avec les contours du logo de l'organisation qui se répète. Le rouge et le vert sont présents dans l'entête.	Format assez dépouillé avec les textes dans un encadré. Structure du texte qui se base sur des paragraphes courts et références aux textes législatifs.

		est entourée des rubans du drapeau du pays qui tiennent des fleurs et du blé. L'ensemble est surmonté par une étoile rouge.		des organisations sont également présentés sur une page séparée. La photographie du chef du KGB est présentée à côté de sa biographie.		
MIT	Service de la Grande Nation Turque, honneur, destinée et idéaux communs à la Turquie, monde comme champ d'intérêt, indépendance, intégrité, unité, développement, expertise, détermination, contexte de risque, d'imprévisibilité et d'instabilité.	Logo de forme circulaire composé de feuilles de laurier entourant un cercle bleu blanc à bords dorés (avec les 16 étoiles des États qui ont fondés la Turquie et l'inscription « Milli İstihbarat Teşkilatı »). À l'intérieur de ce cercle, est représentée la Turquie en rouge, à partir de	« We are in the service of the great Turkish Nation… », qui apparaît sur la page d'accueil, à côté de la photo de Mustafa Kemal Atatürk.	Quelques photos de bâtiments et des portraits de personnages clés dans l'histoire du MIT. Le bandeau présente le logo du service à gauche (il ressort du cadre avec un effet de relief) qui est superposé sur le drapeau turc (croissant et étoile blancs sur fond rouge). Le bandeau présente une transition de rouge au bleu, de gauche à droite. Graphiques et organigramme de la structure du service.	Blanc, gris, rouge et bleu.	Austérité, rappel du pays auquel est attaché le service (croissant et étoile dans le bandeau) et aspect ancien.

		laquelle sont figurés des rayons de soleil, sur un globe bleu (dont les parallèles et les méridiens sont dorés). Au centre, l'étoile et le croissant blancs, ainsi que le portrait d'Atatürk sont discernables.				
UZSI	Protection du pays des menaces extérieures, notamment du terrorisme. Les valeurs démocratiques sont évoquées, ainsi que la souveraineté de l'État. Le crédo « Sine ira et studio » est interprété comme l'appel à être raisonné, juste et sans préjudice ou passions. Il est intéressant qu'un code éthique de l'employé d'UZSI soit mis à la disposition dans la partie du site « avec vous ». Il s'agit de la nécessité de	Le lion à queue double, symbole de l'État Tchèque est présent sur une médaille formant un cercle avec un socle en bas ou se place le sigle UZSI. La signature institutionnelle est sur le bord gauche et haut. Le logo est en différentes teintes de gris,	« Sine ira et studio » de Tacite qui évoque la nécessite d'une attitude impartiale et objective. Littéralement « sans animosité et implication »	Le logo et le nom de l'organisation sont présents sur un fond bleu sombre entête de chaque page du site. Une carte schématique et légèrement dynamique du monde, toujours dans les couleurs bleues, est présente à droite de l'entête. Il n'y a presque pas d'autre images : seulement deux schémas expliquant l'organisation et la	La partie du site comportant des informations et images est moins large que la surface totale de la page. Cette partie est mise en évidence par des marges noires. Le blanc et bleu sont les couleurs principales, même si le rouge et gris démarquent également des encadrés.	Accent mis sur l'ordre et la clarté du texte.

	rester dans la légalité et dans la justesse de comportement personnel.	les représentations et texte étant en gris plus clair.		structure de l'organisation et une photo qui introduit l'encadré sur l'activité médiatique de l'organisation. Le même encadré comporte également une image du drapeau de la République Tchèque sur lequel l'agence de presse de l'UZSI est mentionnée.		
SIS (MI6)	Sécurité, prospérité du Royaume-Uni, éthique d'une démocratie moderne en concordance avec les valeurs de la société britannique, coopération, secret, contribution à un monde plus prospère et en paix, aide à la prise de décision du gouvernement et soumission au Parlement, à l'exécutif et à la loi.	Armoiries de la famille royale britannique monochromatiques vertes, accompagnées de la mention « Secret Intelligence Service » en vert et de « MI6 » en gris. Ce blason comporte deux supports encadrant un écu : une licorne cabrée à senestre et un	N/A	Trois photos superposées de manière irrégulière sont présente sur la page d'accueil (deux montrent des caractéristiques stylistiques induisant une certaine modernité et l'autre un aspect plus ancien). Elles apparaissent sur le site par une petite animation. Des photos illustrent la majorité des rubriques et	Vert (qui est aussi la couleur principale du siège officiel du MI6), vert très clair, gris et noir.	Structures rectangulaires, récurrence de certains thèmes (silhouettes des employés), cohérence dans la présentation.

		lion couronné à dextre. La devise est : « Dieu et mon Droit ». Il apparaît dans le coin supérieur gauche de la page.		traduisent une volonté d'esthétisme, de sérieux, de modernité et de confiance. Le bâtiment du MI6 est parfois représenté, en tout ou en partie. Des silhouettes colorées représentant les employés sont visibles dans certaines sections. Recours à la métonymie (siège central du MI6 pour représenter le service), flous, lignes de force diagonales, technologie, modernité, stylisation, détails, axe y-y à l'occasion et esthétisme.		

SZRU	Défense et sécurité nationale, protection des intérêts de l'Ukraine, la coopération internationale. Importance d'une coopération internationale dans le contexte actuel. Fierté de la nation ukrainienne (ex. la création en 1999 de la Fondation du renseignement extérieur des anciens combattants et des dirigeants du SZRU ou la rubrique « SZRU dans la lutte pour l'État ukrainien »).	Le logo de l'organisme est un globe avec une étoile à quatre bras (le bras inférieur est oblong, le bras supérieur contient une image de l'emblème qui représente l'Ukraine). Le noyau du logo représente symboliquement la planète bleutée avec les continents. L'image du globe est encadrée par la mention « Service de renseignement extérieur de l'Ukraine » sur un anneau jaune.	N/A	Photos de bâtiments, événements officiels, présentations. Il existe aussi une photo du directeur du SZRU en costume civil.	Bleu et jaune.	Les photos sont de même format, équilibre, clareté.
Océanie						

ASIS	Respect des valeurs des services publics australiens, mais aussi valeurs spécifiques : culture distincte, esprit de corps, excellence, sécurité, fierté quant aux réalisations, innovation, diversité, optimisme, relations, confiance, préservation des sources, courage, respect de la loi, attachement aux valeurs de la communauté, unité, loyauté et égalité. Renseignement comme source vitale d'information pour le Gouvernement, précision, fiabilité, communication entre organismes, organisation dynamique confrontée à de nouveaux challenges et à de nouvelles responsabilités.	Le logo, en blanc sur fond vert, est constitué des armoiries d'Australie (un kangourou et un émeu encadrant un écu) accompagnées de la mention « Australian Government/Australian Secret Intelligence Service ». Ce logo est présent sur le bandeau du site, dans le coin supérieur gauche de la page.	« Extraordinary work for extraordinary people ».	La photo présente des personnes en costume de travail marchant dans la rue, avec un effet de lumière intense et de flou. Plusieurs autres photos reprennent cette thématique de plusieurs travailleurs, généralement jeunes, en discussion ou marchant. Une photo a pour sujet de multiples drapeaux. La photo du directeur et celle du ministre présentent les mêmes caractéristiques : en costume, souriant et regardant l'utilisateur instaure une relation de sérieux, de confiance et renvoi à la thématique du travail.	Vert et blanc.	Structures rectangulaires ou carrées, unité et cohérence. Dominante de couleurs froides, images figuratives, flou, clarté, thématique de diversité, mouvement.

8.9.3. Articulation texte-image, interactivité et multimédiatisation

Service	**Articulation texte-image**		**Interactivité et multimédiatisation**
	Part de chaque composante	Rapports	
Afrique			
NIA	Peu de photos, sauf une section consacrée aux galeries photos.	Photos contextuelles dans la section des news. Aucun rapport entre texte et image dans les autres sections.	N/A
SSA	Trois photos uniquement. Certaines sections sont constituées d'organigrammes explicatifs qui présentent une unité stylistique.	Les organigrammes permettent une visualisation de l'organisation. Un de ces organigrammes est cliquable et permet d'accéder à la page explicative de la branche sélectionnée par l'utilisateur.	Compte Facebook (indisponible au 28/12/2014) et Twitter. Documents législatifs téléchargeables en .pdf.

Amérique du Nord & Centrale			
CIA	Assez variable. En général, le texte est majoritaire. Certaines pages comptent une part de texte équivalente à la part de l'image. Certaines pages n'ont pas d'illustration, sauf la signature iconique et d'autres comptent une petite photo tous les deux paragraphes.	Accompagnement de la thématique de la page, illustration, photos-documents parfois, renforcement de l'imagerie patriotique, interpellation de l'internaute.	Tour virtuel du quartier général, tour virtuel du musée de la CIA, ligne du temps interactive, film pour le recrutement, pages pour enfants comprenant des jeux, vidéo YouTube, pdf de l'organigramme. World Factbook, Chiefs of State and Cabinet Members of Foreign Governments, maps, publications historiques, documents déclassifiés, publications du Center for the Study of Intelligence.
CISEN	Très large majorité de texte.	Mise en évidence de certaines sections, renforcée par un cadre rouge résumant la thématique. Les autres photos sont celles de directeurs et illustrent le propos.	N/A
NSA/CSS	Majorité de texte, une photo accompagnant chaque page, en général.	Rappel de la thématique de la page, photo-document et interpellation de l'internaute.	Animation du bandeau, différentes vidéos (mot du directeur, vue d'ensemble du service, histoire, etc.), tour virtuel du National Cryptologic Museum.

SCRS/CSIS	Très large majorité de texte.	Le bandeau est présent sur la page d'introduction et sur chaque page du site, assurant son unité iconique. Quelques photos mettent en évidence certaines rubriques.	Vidéo pour le recrutement, dans lequel des employés du service s'adressent à l'internaute (axe y-y) et parlent des activités du SCRS/CSIS.
USIC	Peu d'illustrations, sauf sur la page d'accueil.	Mise en évidence de certaines thématiques sur la page d'accueil, renforcement de l'idée de communauté diversifiée qui appelle l'utilisateur à la rejoindre.	Vidéos et formulaires interactifs
Amérique du Sud			
ABIN	Peu d'illustrations à l'exception du bandeau. Présence de photos de bâtiments dans certaines sections du site.	Les photos sont simplement à but illustratif.	Documents téléchargeables.
DINI	Aucune photo.	Sans objet.	N/A
Asie & Moyen-Orient			
BIN	Majorité de texte, certaines pages ne comportant pas de photos. Une section est consacrée à la galerie photos.	Certaines photos ont pour seul but d'attirer l'attention, d'autres d'illustrer le propos.	Galerie vidéos.
FSB	Très large majorité de texte. Malgré l'absence des photos, le texte ne parait pas envahissant car il est dans un encadré.	Accompagnement de la thématique de la page	Les liens vers les sites antennes de FSB sont dans un format diffèrent et sont donc illisibles.

GID	Très large majorité de texte.	Illustration du discours du Directeur et des citations du Roi.	Le site présente un lien vers le site officiel du message d'Amman qui date du 9 novembre 2004 et qui a pour but de clarifier la nature de l'Islam véritable.
MOSSAD	Très large majorité de texte.	Surtout vocation documentaire (les photos des anciens directeurs, par exemple). Seule l'image de la colombe blanche sur la page "Vision and values" vient renforcer le texte et assure un impact métaphorique.	N/A
NIS	Majorité de textes. Mais la plupart des pages comporte des illustrations.	Les illustrations accompagnent les textes et viennent en renforcer la thématique ou sont des éléments cliquables qui mettent en évidence certaines sections.	Documents téléchargeables (communiqués de presse).
SHABAK (ISA)	Plus de textes que de photos ou d'illustration, mais la majorité des sections présente une illustration au moins.	À vocation documentaire sur certaines pages ou visant à mettre en évidence la thématique de la section (terroristes pour la section consacrée aux rapports sur les menaces). Le drapeau israélien présent dans la section consacrée aux valeurs a un intérêt métaphorique.	Infographie animée en noir et blanc de l'histoire du service.

SVR	Peu d'images, sauf sur la page d'accueil où il y a une partie photo (mais en bas, donc n'est pas visible de suite). Le texte, parfois en forme de listes est majoritaire. Certaines pages comportent du texte avec une image (notamment pour les biographies), la page sur les symboles de l'organisation et les livres ont une illustration de chaque symbole ou livre décrit. La signature iconique et l'entête avec le nom d'organisation est toujours présent.	Impression d'exposition statique et ordonnée lorsque le texte est accompagné d'illustrations, multitude de pages sans images ou photos.	Les photos des lieux historiques pour l'organisation - le bureau central; une carte interactive pour pouvoir accéder à des activités de SVR dans les pays de régions différentes. Un lien vers le site officiel du kremlin est disponible en cliquant sur un petit carré avec 'président russe'

Europe			
ABW	Majorité de texte et certaines sections ne comportent aucune illustration.	Les photos sont utilisées pour donner une cohérence visuelle au site et pour mettre en évidence certaines sections ou pour illustrer le message.	Nombreux documents téléchargeables : livre blanc, divers formulaires, rapports de sécurité intérieure, etc. dont une partie est téléchargeable sur le site. « Przeglądu Bezpieczeństwa Wewnętrznego » ou « Revue de la sécurité intérieure » qui comprend des articles et des mémoires, des études et des analyses, etc.
AISE **AISI**	Très large majorité de texte.	Les rares illustrations mettent en évidence certaines rubriques. Des cadres bleus comprenant des mots clés accentuent l'importance de certains éléments du texte qu'ils accompagnent.	Questionnaire de recrutement, questionnaire sur le site, organigramme.
AIVD	Très large majorité de texte. Les photographies sont purement en soutien thématique et visuel.	Les images indiquées sont utilisés pour mettre en évidence certaines rubriques. Il ne s'agit pas de statistiques et de graphiques qui peuvent renforcer le message.	Sur la page d'accueil, il y a l'accent mis sur le compte twitter. Aussi présence d'un jeu interactif pour les enfants et du musée AIVD. Selon le sujet, il y a des films (par exemple, un discours prononcé par le chef de l'AIVD autour de l'extrémisme).
BIS	Le texte est largement majoritaire.	La répétition du format du site et la quasi-absence d'images donne une impression de sérieux et d'austérité.	Il n'y a pas de références à d'autre médias sur le site, cependant il est possible de consulter les actualités de l'organisation sous forme d'articles de presse ainsi que les rapports annuels (en anglais seulement).

BfV	Majorité de texte. Une photo thématique illustre chaque page.	Renforcement de la thématique, illustration ou photo-document.	Vidéos Speech,
BND	Majorité de texte. Une photo thématique illustre chaque page.	Renforcement de la thématique, illustration ou photo-document.	Présentation interactive de l'historique (avec de nombreuses photos), retranscriptions d'interviews, de colloques/symposium, publications et textes législatifs.
CNI	Assez variable. En général, le texte est majoritaire. Certaines pages n'ont pas d'illustration, sauf la signature iconique et d'autres comptent une petite photo.	S'il existe des images, elles s'inscrivent dans la thématique de la page, la plus part du temps les images sont les boucliers distinctifs de chaque section.	Tour virtuel du quartier général; bâtiments principaux I et II, bâtiment auxiliaire. Salle de réunion, et salle d'évènements, cafeteria, et monuments aux morts en Iraq.
DGSE	La part des photos est pratiquement égale à celle du texte aéré.	Les photos rappellent la thématique et assurent l'unité du site.	Présence d'un document audio, une interview du directeur de communication de la DGSE (provenant de Europe 1).
GCHQ	Le texte est souvent accompagné d'illustrations. Les photos en noir et blanc sont limitées à la section historique.	Les photos permettent d'identifier la section par un rappel thématique.	Vidéos. Cryptoy, une application téléchargeable pour Androïd.
KGB	Malgré l'absence des photos, le texte ne parait pas envahissant et lourd car il est dans un encadré qui le sépare.	Les images accompagnent les textes, mais ils semblent avoir un but plus décoratif qu'explicatif.	Les liens vers les sites antennes de KGB sont dans un cadre en bas du cadre du texte et sont présentés sous la forme des noms des organisations et leurs logos.
MIT	Très large majorité de texte.	Surtout appui de la dimension historique du service, documents-témoins.	Animation présentant le cycle du renseignement.

UZSI	Le texte est largement majoritaire.	Les parties visuelles du site renforcent la structure ordonnée du site et le ton sobre et sérieux. Que deux couleurs sont présentes (avec un fond blanc et des marges noires). Les schémas d'explication de l'organisation de l'UZSI ne cassent pas cette impression de sobriété car ils sont aussi très peu colorés.	Des liens sont proposés vers la presse internationale spécialisée dans les affaires internationales, ainsi que le suivi du travail de l'UZSI rendu publique. Des liens vers d'autres médias, tels que les sites des partenaires tels que le CIA ou Washington University peuvent indiquer la conscience des rapports de coopération prioritaires que les services de la République Tchèque estiment entretenir avec les États-Unis.
SIS (MI6)	La part des photos et des vidéos est majoritaire sur beaucoup de pages. Le texte prend plus d'ampleur lorsque la fonction informative est dominante.	Les photos s'inscrivent dans la thématique de la page tantôt de manière très évidente (une voiture en feu dans la rubrique « Counter terrorism », par exemple), tantôt de manière plus métaphorique (des pointes de crayons de couleurs différentes illustrant la rubrique « Diversity »). Un intérêt est porté à la dimension impactante de l'image et à sa force graphique pour appuyer le texte.	Document interactif pour tester ses compétences, visite interactive de l'institution, témoignages audio (dont il est possible d'afficher la transcription) et vidéos (par exemple, celle présentant le SIS en 60 secondes sur la home-page).
SZRU	Majorité de texte, certaines pages ne comportant pas de photos. Une section est consacrée à la galerie photos.	Les photos sont simplement illustratives du propos (photos de bâtiments, événements officiels, présentations).	Publications (ex. : « Général ukrainien de l'armée française», « Origines ukrainiennes : dans la vie des agents de renseignement nés dans les terres ukrainiennes (22 juin 1941) », etc.).
Océanie			
ASIS	Majorité de texte.	Unité du site assurée par le bandeau. Les photos mettent en évidence certaines rubriques. La photo du directeur illustre le propos et renforce le lien avec l'internaute.	N/A

8.10. Corpus

8.10.1. Europe

« La France et l'Allemagne ont également investi considérablement dans le domaine technique depuis les années 1980 mais, en retenant un modèle différent des Anglo-Saxons, elles ont confié la fonction de renseignement technique à leur agence chargée du renseignement extérieur (Direction générale de la sécurité extérieure, d'une part, Bundesnachrichtendienst, de l'autre) et la préservation de la sécurité des systèmes d'information nationaux à un organisme extérieur à la communauté de renseignement (Agence nationale de sécurité des systèmes d'information, d'une part, Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, de l'autre), ce qui est parfois discuté sur le plan technique, mais qui n'est pas sans offrir des garanties appréciables. Ainsi les démocraties ont-elles bâti des entités qui représentent aujourd'hui un coût équivalent à celui de leurs diplomaties et à un dixième de celui de leurs appareils de défense. Dans la plupart d'entre elles, leur budget a doublé, voire triplé, depuis 2001 »[661].

[661] HAYEZ (Ph.), art. cit., p. 96.

8.10.1.1. Royaume-Uni[662]

- GCHQ

GCHQ	**Quartier général des communications du gouvernement** Government Communications HeadQuarters				
Royaume-Uni	• Service civil d'interception • Personnel estimé[663] : 5683[664]		• Création officielle : 1919 (GC&CS), puis renommé GCHQ en juin1946 • Budget estimé : 2,6 milliards £ (2014-2015)[665]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.gchq.gov.uk www.gchq-careers.co.uk	@GCHQ	Hubble Road Cheltenham GL51 0EX	+441242 221491	Web Form	Robert Hannigan

Le GCHQ est le service d'interception du Royaume-Uni, sorte d'équivalent britannique de la NSA, cet organisme est spécialisé dans le renseignement d'origine électromagnétique (SIGINT). Le service tient son héritage « des glorieux cryptologues de *Bletchley Park* engagés contre l'Allemagne nazie [et] mobilise désormais plus de six mille personnes »[666]. L'histoire du service remonte à la première guerre mondiale et aux débuts du SIGINT britannique. Un service d'interception des données et de déchiffrage baptisé Room 40 est alors créé. Mais ce n'est qu'en 1919 qu'apparaît le service qui deviendra par la suite le GCHQ : le *Government Code and Cypher School* (GC&CS). Le service déménage de *Bletchley Park* en 1946, lieu célèbre pour avoir hébergé Alan Turing et l'équipe qui a mis au point un calculateur permettant de décrypter les messages échangés par les troupes du IIIe Reich : *Enigma*. Le GCHQ a déménagé à Cheltenham, dans le bâtiment baptisé *The Doughnut*, en 2004.

[662] La communauté du renseignement britannique compterait plus de 20000 personnes selon DENÉCÉ (E.), *Les moyens insuffisants du renseignement français*, 1 mai 2011, [En ligne], <http://www.cf2r.org/fr/editorial-eric-denece-lst/les-moyens-insuffisants-du-renseignement-francais.php> (Page consultée le 19 août 2015).
[663] Le nombre de 6132 est avancé par DURIEZ (R.), *Ce que l'on sait du renseignement pays par pays*, dans *Slate*^{FR}, 25 juin 2015, [En ligne], <http://www.slate.fr/story/103427/budget-renseignement-pays-par-pays> (Page consultée le 19 août 2015).
[664] Dont 3700 hommes et 1983 femmes selon INTELLIGENCE AND SECURITY COMMITTEE OF PARLIAMENT, *Women in the UK intelligence community*, Londres, 2015, [En ligne], <http://isc.independent.gov.uk/committee-reports/special-reports> (Page consultée le 13 septembre 2015), p. 55.
[665] INTELLIGENCE AND SECURITY COMMITTEE OF PARLIAMENT, *Annual Report 2015-2016*, 2016, [En ligne], <goo.gl/Qhb7R7> (Page consultée le 12 février 2017), p. 10.
[666] HAYEZ (Ph.), art. cit., p. 96.

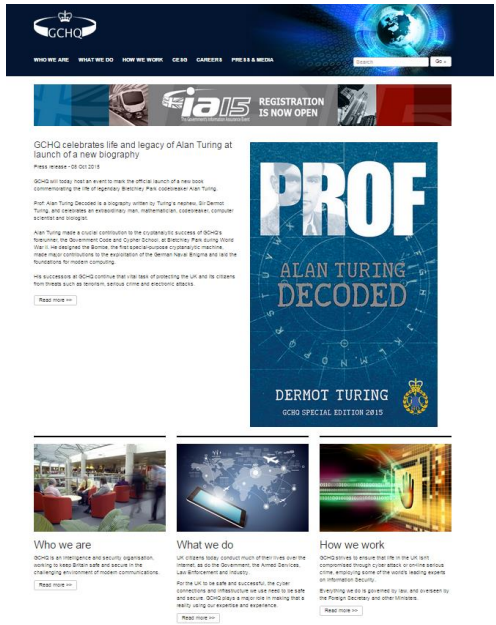

Figure 34 : Page d'accueil du site du GCHQ

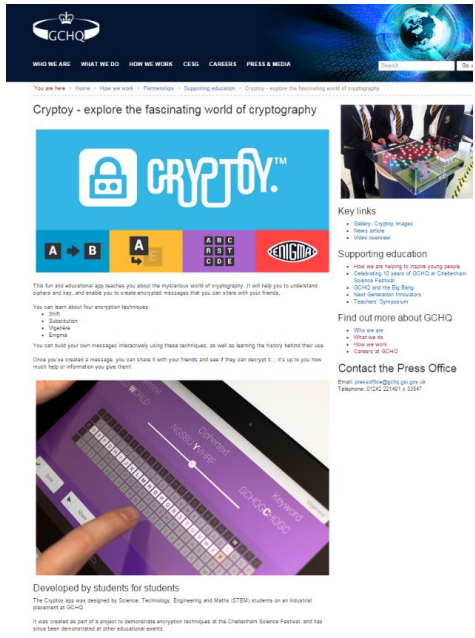

Figure 35 : Page consacrée à l'application Cryptoy

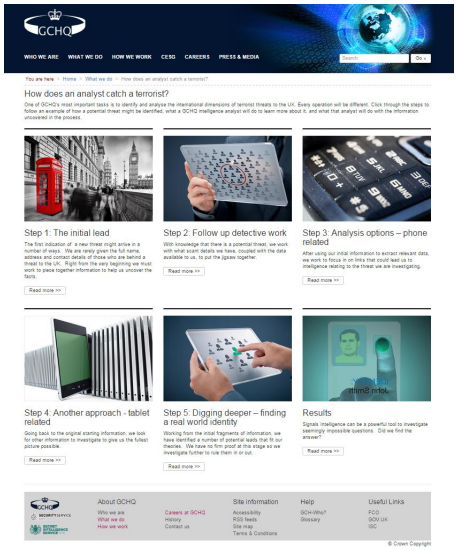

Figure 36 : How does an analyst catch a terrorist ?

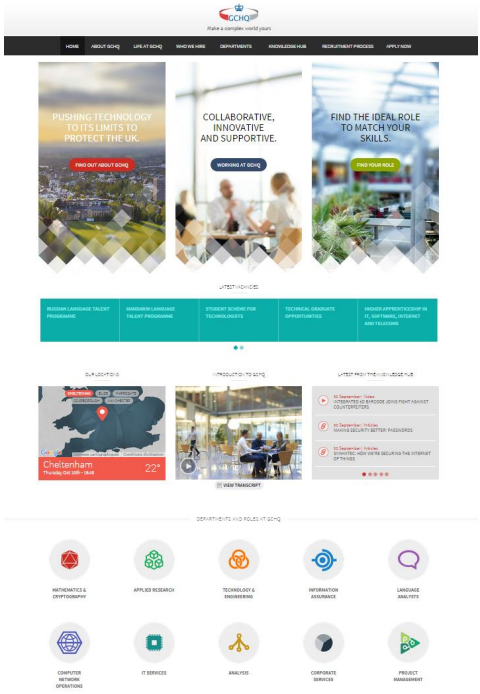

Figure 37 : Page d'accueil du site du GCHQ consacré au recrutement

- SIS/MI6

« We work closely with the MI5 and GCHQ, and the secret nature of our work means we operate within a strict legal framework and report to government ministers »
-SIS/MI6 Website[667]*-*

SIS/MI6	**Service de renseignement secret/Renseignement militaire, section 6** Secret Intelligence Service/Military Intelligence, section 6				
Royaume-Uni	• Service civil extérieur • Personnel estimé[668] : 2430 (en août 2014)[669]		• Création officielle : 1 octobre 1909 • Budget estimé : 300 millions £[670]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.sis.gov.uk	N/A	Vauxhall Cross Londres Royaume-Uni	N/A	Web Form	Alex Younger

Le *Secret Intelligence Service*, connu également sous l'appellation de MI6 est le service de renseignement extérieur de la Grande-Bretagne. Le service est créé en 1909 comme département de ce qui s'appelait alors *Secret Intelligence Service* et prend le nom de *Military Intelligence Section 6* (MI6). Le MI5 est un autre département de ce service. Le premier directeur de cet organisme est Sir Mansfield Smith CUMMING qui prend l'habitude d'utiliser l'initiale de son nom de famille, « C », comme nom de code. Cette singularité est reprise dans l'œuvre de fiction James Bond, agent du MI6, dont le chef se fait appeler « M ». Dès 1909, le service s'établit à Ashley Mansions sur Vauxhall Bridge Road et dispose d'une fausse adresse à la Poste : « Messrs Rasen, Falcon Limited », une entreprise d'import-export… Le MI6 déménagera plusieurs fois par la suite, s'établissant également à *Bletchley Park* pendant un moment. De nos jours, le MI6 est localisé officiellement et ce depuis 1994

[667] SIS WEBSITE, *Our mission*, <www.sis.gov.uk/our-mission.html> (Page consultée le 30 décembre 2015).
[668] Cependant, le nombre de 3200 employés est avancé par DURIEZ (R.), *Ce que l'on sait du renseignement pays par pays*, dans *Slate*[FR], 25 juin 2015, [En ligne], <http://www.slate.fr/story/103427/budget-renseignement-pays-par-pays> (Page consultée le 19 août 2015) et le nombre de 2303 (en mars 1994) par BAUD (J.), Encyclopédie du renseignement et des services secret, Paris, Lavauzelle, 1997, p. 456.
[669] Dont 1525 hommes et 905 femmes, selon INTELLIGENCE AND SECURITY COMMITTEE OF PARLIAMENT, *Women in the UK intelligence community*, Londres, 2015, [En ligne], <http://isc.independent.gov.uk/committee-reports/special-reports> (Page consultée le 13 septembre 2015), p. 51.
[670] BAUD (J.), *op. cit.*, p. 456.

à Vauxhall Cross, quartier général actuel appelé parfois *Legoland*. Le service est très actif durant les deux guerres mondiales, entretenant des réseaux d'agents en zone occupée et jouant un rôle favorisant le débarquement en Normandie, en 1944.

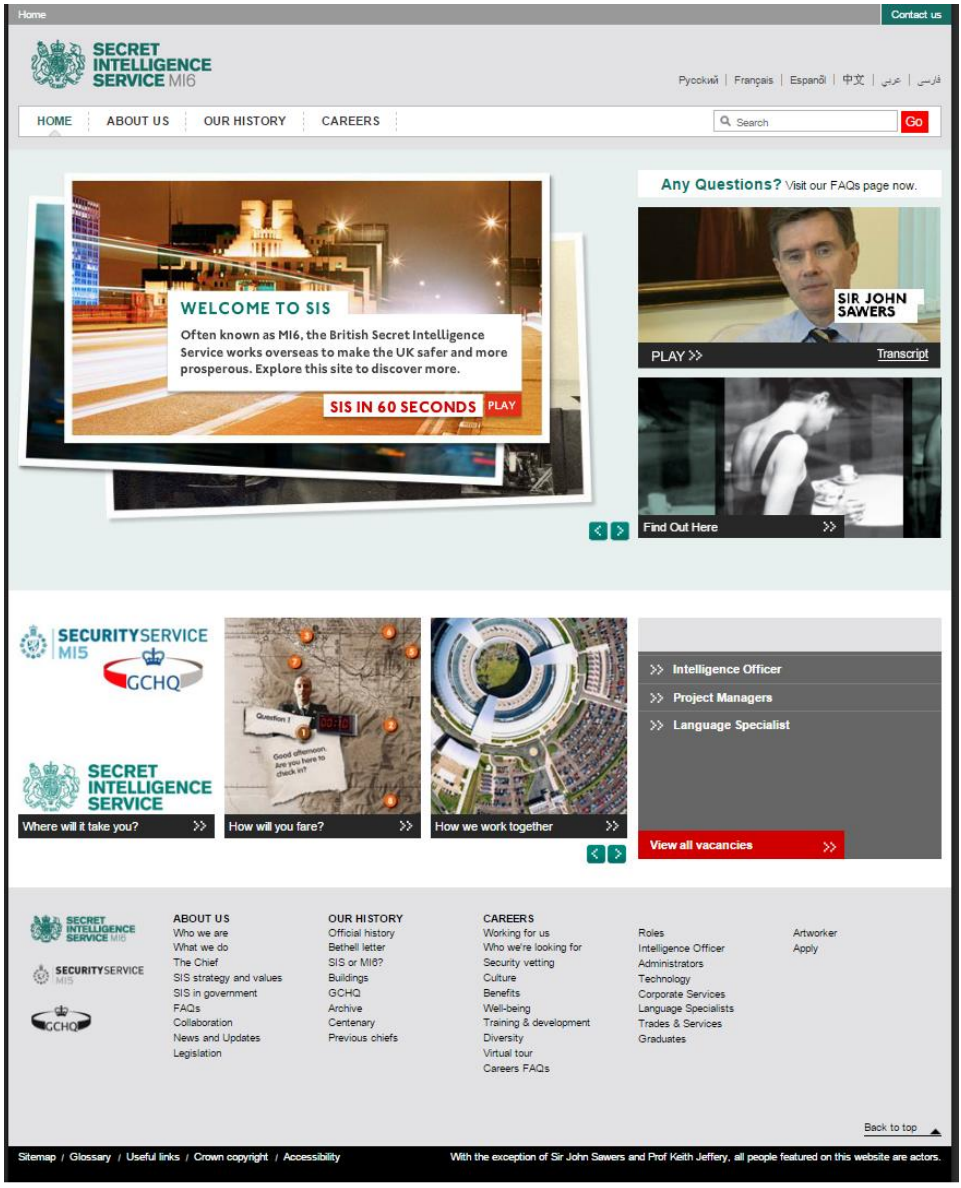

Figure 38 : Page d'accueil du site du SIS (Décembre 2012)

Le site du SIS a connu plusieurs évolution majeures au cours de l'analyse. De façon succincte, il est possible de dire que la part de texte a graduellement diminué pour laisser de plus en plus de place à du contenu iconique et recourant à des textes courts, plus adaptés au média utilisé ou « l'iconicité prend assurément le pas sur le textuel [et s'allie à] des textes courts pour marquer les esprits »[671].

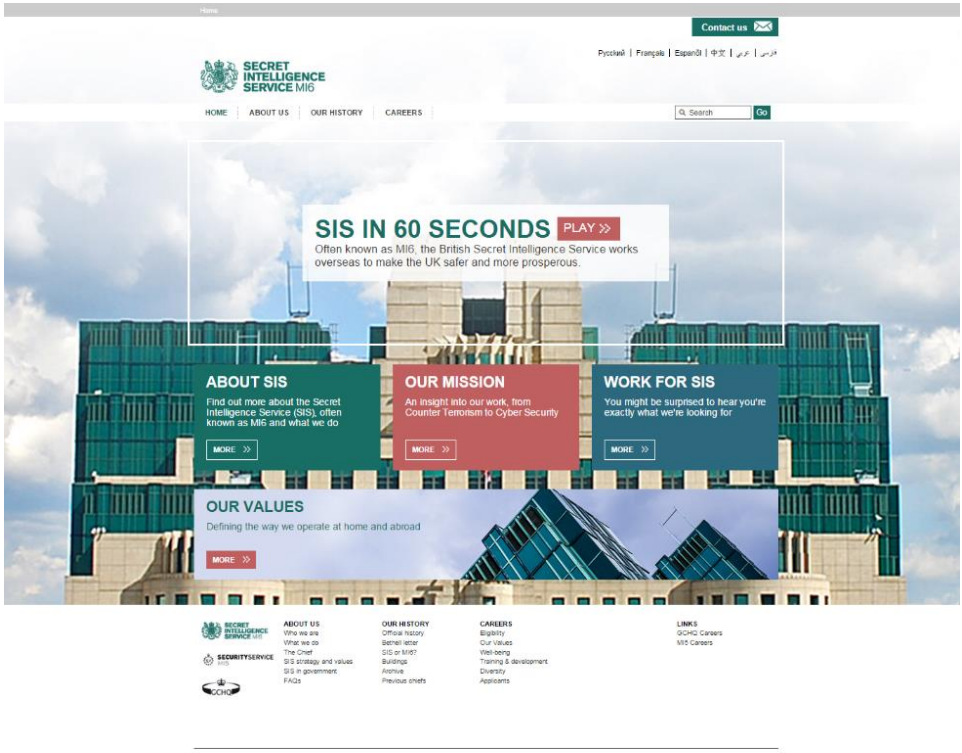

Figure 39 : Page d'accueil du site du SIS (Décembre 2014)

La dernière version analysée du site présente un design plus épuré, avec un nouveau graphisme, des photos en rapport avec l'actualité et les menaces actuelles (représentation de combattants de l'organisation État islamique sur un véhicule blindé de type BMP russe, drapeau noir au vent). Il est bien entendu à noter que le contenu offre à voir un certain nombre de remplois, tels que la vidéo « SIS in 60 seconds », dont la page d'accueil reprend en grand l'une des phrases chocs : « We works overseas to help make the UK a safer and

[671] HARE (I.) et TOUBOUL (A.), art. cit., 2016, p. 128.

more prosperous place ». Mais, le contenu a été considérablement réécrit et seule la langue anglaise est disponible.

La page d'accueil (voir Figure 40) est constituée d'une carte du monde stylisé de type low poly avec une animation faisant varier les couleurs. Le fond reprend une thématique polygonale en nuances de gris. Le menu de navigation apparaît dans le coin supérieur droit de la page et se déroule en une colonne foncée lorsque l'utilisateur clique sur la mention « Menu ». Trois sections principales sont mises en évidence par des illustrations polygonales : « Our mission », « Current threats » et « Careers ». Le court texte explicatif qui accompagne les deux premières thématiques est écrit à la première personne du pluriel et le dernier des textes, celui qui concerne les possibilités de carrières, s'adresse directement à l'internaute par ces mots : « Do you have the potential to work in a secret intelligence organisation ? ».

Le texte d'introduction qui présente de façon succincte le service affirme que le SIS travaille secrètement l'étranger, y développe des contacts et « collecte des renseignements qui contribuent à rendre le Royaume-Uni plus sûr et plus prospère ». Le SIS contribue à identifier et à exploiter les opportunités ainsi que les risques en lien avec la sécurité nationale, l'efficacité militaire et l'économie. Les autres centres d'intérêt listés dans cette brève introduction sont la lutte contre le terrorisme, la résolution des conflits internationaux et la lutte contre la propagation d'armes non conventionnelles nucléaires. Le destinataire conclu : « We are here to help protect the UK's people, economy and interests ».

Figure 40 : Page d'accueil du site du SIS (Octobre 2015)

La section « Our mission » est illustrée par des silhouettes floues d'hommes en tenue de ville qui marchent sur le bord de la Tamise, avec en fond le Tower Bridge et, sur le côté droit de l'image, un passeport britannique. Le SIS aborde la question des opérations en ces termes : « We collect secret intelligence and mount operations overseas to prevent and detect serious crime, and promote and defend the national security and economic wellbeing of the United Kingdom ». L'énonciateur mentionne également la collaboration étroite qui existe entre le SIS, le GCHQ et le MI5, dans un strict contrôle légal et ministériel, étant donné la nature secrète de ses activités. Ce point n'est pas développé davantage. Les moyens utilisés sont présentés comme étant la collecte d'informations, les ressources techniques à leur disposition et les relations étroites avec des services de renseignement et de sécurité étrangers.

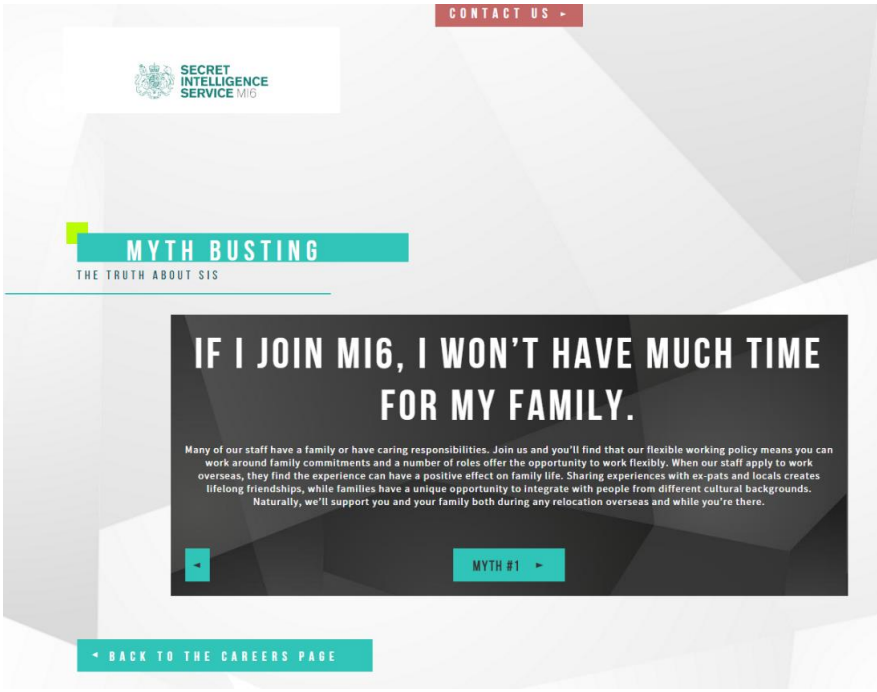

Figure 41 : Site web du SIS - "Myth busting"

Le paragraphe qui présente le chef actuel du service nous apprend, entre autres choses, qu'il en est le 16e directeur, qu'il est le seul membre du service à être connu publiquement, qu'il est en poste depuis novembre 2014, qu'il est appelé « C » et qu'il écrit uniquement avec un stylo vert.

Toujours dans la section qui concerne les missions, différentes menaces sont listées. Le destinateur déclare : « Past threats were more predictable, but today's adversaries are constantly changing. So the ability to adapt and combine the UK's collective security resources is paramount ». Cette assertion selon laquelle le monde actuel est davantage changeant que par le passé est une ritournelle dans la rhétorique de nombreux services de renseignement. Elle permet de justifier le rôle des services dans un contexte géopolitique complexe. Les menaces identifiées sont le terrorisme, la prolifération, la cyber sécurité et, enfin, les conflits étrangers et l'instabilité. « We know that instability and conflict overseas can create weak governments and poor security – just the right environment for terrorists and organised crime groups to thrive ».

La partie consacrée aux carrières et au recrutement prend davantage d'importance dans cette version du site que dans les versions antérieures, ceci d'autant plus que la section dédiée à l'histoire du service est absente. Pourquoi cette partie est-elle manquante ? Est-ce un choix délibéré ? Le site est-il toujours en cours de construction ? Il est malheureusement impossible de répondre à cette question. Cependant, force est de constater que la stratégie dominante du SIS, sur son site internet, dans son état actuel, apparaît comme fortement tournée vers le recrutement de personnel. Cette impression est renforcée par la suppression de contenu en langue étrangère, tel que c'était le cas dans les versions antérieures du site.

Une image qui montre le célèbre bâtiment du Secret Intelligence Service à Vauxhall Cross, aussi appelé Legoland ou Babylon-on-Thames, popularisé dans les derniers épisodes cinématographiques de James Bond, est accompagnée de la mention « Explore Careers at SIS ». De façon classique, il y est question des différents métiers du SIS. L'énonciation est majoritairement à la première personne du pluriel avec de nombreuses interpellations du destinataire : « We offer a wide range of exciting roles here at SIS. Discover our very latest vacancies and make the decision to apply today ».

À la manière de ce qui est fait par la CIA, le SIS répond à certains préjugés qui existent sur le travail d'un membre du service de renseignement. Cette partie intitulée « démystification » traite de façon sérieuse les questions que peuvent se poser certain candidats à un emploi au sein du MI6. Le texte est rédigé de façon à induire une réelle interaction entre destinateur et destinataire.

L'utilisateur aborde ensuite les sections « Working here » et « Apply now ». Ces intitulés renforcent l'impression que ce site a pour vocation première de favoriser le recrutement de nouveaux employés : « Join us and you'll discover an organisation that's constantly changing to meet evolving security needs ». Ainsi, il est question des avantages de la fonction, du bien-être au sein de l'organisation et de la politique de diversité mise en œuvre. En cliquant sur « Apply now », l'internaute est informé des conditions d'éligibilité, de l'enquête de sécurité et des postes vacants. Il existe, par ailleurs, la possibilité de créer un compte afin de postuler en ligne.

8.10.1.2. Pologne

- ABW

ABW	**Agence de Sécurité intérieure** Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego				
Pologne	• Service civil intérieur • Personnel estimé : inconnu		• Création officielle : 24 mai 2002 • Budget estimé : 517,6 millions zł (2015)		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.abw.gov.pl	N/A	Rakowiecka 2A Str. 00-993 Warsaw, Poland	+225858221	poczta@abw.gov.pl webmaster@abw.gov.pl	Piotr Pogonowski

En 1990, l'État Polonais crée un Office pour la Protection de l'État. Ceci, afin de remplacer l'agence qui fonctionnait sous le régime communiste, le Service de sécurité (SB), et qui était très mal vue en Pologne. En 2002, l'État a scindé l'Administration pour la Protection de l'État en deux entités différentes : une dévolue au renseignement intérieur et l'autre au renseignement extérieur. L'ABW est l'agence pour la sécurité intérieure, a hérité de la fonction d'assurer la stabilité intérieure. Sur la page principale du site, les menaces auxquelles cet organisme fait face sont listées comme suit :

- la lutte contre le terrorisme ;
- le contre-espionnage ;
- la lutte contre la prolifération d'armes de destruction massive ;
- la lutte contre la criminalité économique ;
- la lutte contre la corruption ;
- la lutte contre la criminalité organisée ;
- la protection de données cachées.

Depuis 2008, l'ABW est dotée d'une cellule interne pour la lutte contre le terrorisme. Cette agence est placée sous la tutelle directe du Premier Ministre.

Figure 42 : Page d'accueil du site de l'ABW

8.10.1.3. Pays-Bas

- AIVD

AIVD	**Service Général de Renseignement et de Sécurité** Algemene Inlichtingen- en Veiligheidsdienst				
Pays-Bas	• Service civil extérieur et d'interception • Personnel estimé : 1100 à 1500 personnes		• Création officielle : 29 mai 1945 (BNV), puis renommé AIVD le 29 mai 2002 • Budget estimé : 197 millions d'euros (2014)[672]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.aivd.nl	@AIVD	Europaweg 4 2711 AH Zoetermeer Pays-Bas	+31793205050	N/A[673]	Rob Bertholee

L'AIVD est le service de renseignement extérieur des Pays-Bas. Le service est héritier du BNV, créé le 29 mai 1945 et actif dans la traque des criminels de guerre. L'AIVD reçoit son appellation actuelle en 2002. Cependant, les Pays-Bas disposaient depuis un peu avant la première guerre mondiale d'un service de renseignement actif dans le domaine du renseignement militaire. Le service devient le CVD en 1946, puis BVD en 1949. Ce service travaille alors principalement sur les menaces communistes du bloc de l'Est, le terrorisme et l'extrémisme de gauche.

[672] Selon le rapport d'activités 2014.
[673] Un formulaire en ligne permet cependant de commander certaines des publications.

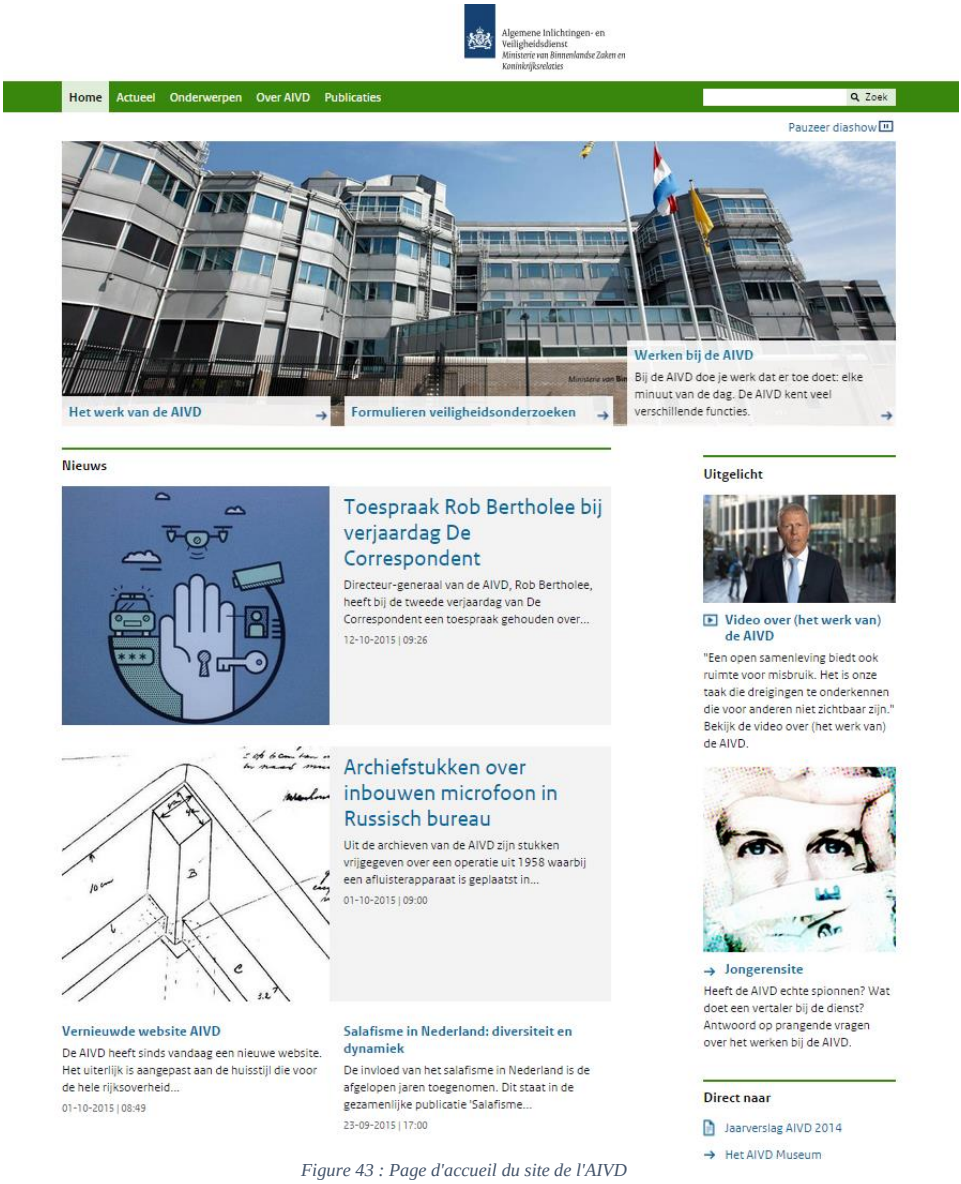

Figure 43 : Page d'accueil du site de l'AIVD

8.10.1.4. Allemagne

- BND

BND	**Service fédéral de renseignement** Bundesnachrichtendienst				
Allemagne	• Service civil extérieur • Personnel estimé : 7500[674]		• Création officielle : 1 avril 1956 • Budget estimé : 615 millions d'euros (2015)[675]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.bnd.bund.de	N/A	Gardeschützenweg 71-101 12203 Berlin Heilmannstrasse 30 82049 Pullach	+49304146457 +49897931567	zentrale@bundesnachrichtendienst.de pressestelle@bundesnachrichtendienst.de	Bruno Kahl

Le *Bundesnachrichtendienst* est le service de renseignement extérieur d'Allemagne, créé après la seconde guerre mondiale sous la supervision Américaine. L'histoire du service est fortement liée à l'*Abteilung Fremde Heere Ost*, une section de renseignement militaire allemande qui s'intéressait, pendant la deuxième guerre mondiale, aux activités de l'Union soviétique. Cette section était dirigée par le Major Général Reinhard GEHLEN qui donna son nom au service de renseignement allemand créé en 1946 : « Organisation Gehlen ». Le BND prend son nom actuel dix ans plus tard et Gehlen dirige l'organisation nouvellement créée jusqu'en 1968. Le BND est mentionné, en 2015, dans le cadre d'un scandale relatif à l'espionnage d'entreprises de défense européennes et pour sa « collaboration » trop zélée avec la NSA, à cette occasion.

[674] DURIEZ (R.), *Ce que l'on sait du renseignement pays par pays*, dans *Slate*^{FR}, 25 juin 2015, [En ligne], <http://www.slate.fr/story/103427/budget-renseignement-pays-par-pays> (Page consultée le 19 août 2015) ; DENÉCÉ (E.), *Les moyens insuffisants du renseignement français*, 1 mai 2011, [En ligne], <http://www.cf2r.org/fr/editorial-eric-denece-lst/les-moyens-insuffisants-du-renseignement-francais.php> (Page consultée le 19 août 2015).

[675] DURIEZ (R.), *Ce que l'on sait du renseignement pays par pays*, dans *Slate*^{FR}, 25 juin 2015, [En ligne], <http://www.slate.fr/story/103427/budget-renseignement-pays-par-pays> (Page consultée le 19 août 2015) ; DENÉCÉ (E.), *Les moyens insuffisants du renseignement français*, 1 mai 2011, [En ligne], <http://www.cf2r.org/fr/editorial-eric-denece-lst/les-moyens-insuffisants-du-renseignement-francais.php> (Page consultée le 19 août 2015).

Figure 44 : Page d'accueil du site du BND

- BfV

BfV	**Office fédéral de protection de la constitution** Bundesamt für Verfassungsschutz				
Allemagne	• Service civil intérieur • Personnel estimé : 2813 employés (2015)[676]		• Création officielle : 7 novembre 1950 • Budget estimé : 222.480.785 €[677]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.verfassungsschutz.de	N/A	Merianstraße 100 50765 Cologne	+492217920	bfvinfo@verfassungsschutz.de poststelle@bfv-bund.de-mail.de	Hans-Georg Maaßen

Le *Bundesamt für Verfassungsschutz* est le service allemand de renseignement intérieur. Ses prérogatives concernent principalement les menaces relatives à l'ordre démocratique et la sécurité de la fédération et collecte des informations concernant le terrorisme, l'extrémisme et les activités des services de renseignement étrangers. Ce service a été créé peu après la seconde guerre mondiale, suite à une autorisation du Gouvernement Militaire Allié conférée le 14 avril 1949. Le service a fait l'objet d'infiltrations des services est-allemands pendant la guerre froide.

[676] BUNDESAMT FÜR VERFASSUNGSSCHUTZ, *Verfassungsschutzbericht 2015*, 2015, [En ligne], <https://www.verfassungsschutz.de/embed/vsbericht-2015.pdf> (Page consultée le 12 février 2017), p. 14.
[677] BUNDESAMT FÜR VERFASSUNGSSCHUTZ, *Verfassungsschutzbericht 2015*, 2015, [En ligne], <https://www.verfassungsschutz.de/embed/vsbericht-2015.pdf> (Page consultée le 12 février 2017), p. 14.

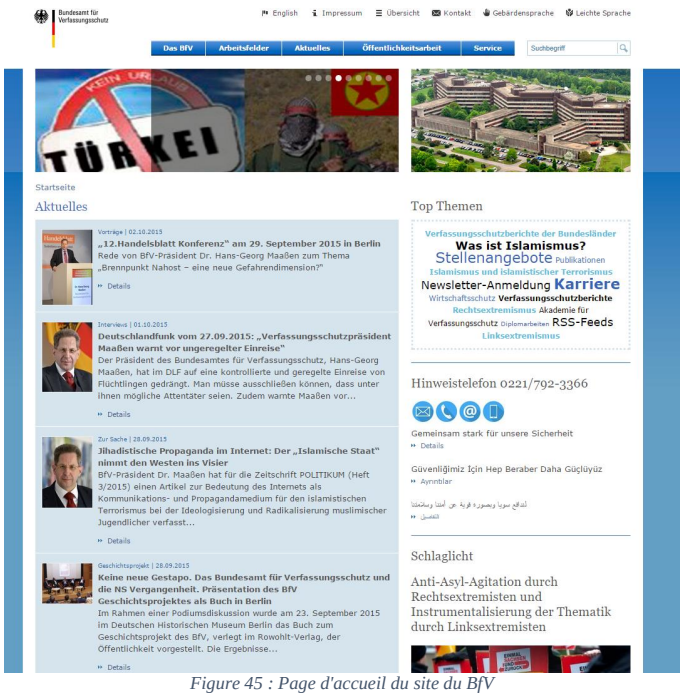

Figure 45 : Page d'accueil du site du BfV

8.10.1.5. France

- DGSE

DGSE	**Direction Générale de la Sécurité Extérieure** Direction Générale de la Sécurité Extérieure				
France	• Service civil extérieur • Personnel estimé : 5000[678]		• Création officielle : 2 avril 1982 • Budget estimé : 644,5 millions € (2013)[679]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.defense.gouv.fr/dgse/	N/A	141, Boulevard Mortier Paris France	N/A	N/A	Bernard Bajolet

La DGSE est le service de renseignement extérieur de la France, doublé également d'un service spécial[680]. Le Service de documentation extérieure et de contre-espionnage (SDECE) est créé le 28 décembre 1945. Ce service prend sa dénomination actuelle en 1982. Les missions du service consistent à rechercher et exploiter les renseignements concernant la sécurité nationale et d'entraver les activités de renseignement étranger dirigées contre les intérêts français hors du territoire national. Le renseignement français a connu plusieurs réformes, dont celle de 2008 qui voit la suppression du renseignement territorial qui permettait un quadrillage du terrain par les renseignements généraux. Cette même année, « le Livre blanc sur la défense et la sécurité nationale désignait, pour la première fois de son histoire, le renseignement comme une fonction stratégique, et la création d'une Académie du renseignement, en septembre 2010, était le premier pas vers l'émergence d'une « communauté française du renseignement » »[681].

[678] DURIEZ (R.), *Ce que l'on sait du renseignement pays par pays*, dans *Slate*^{FR}, 25 juin 2015, [En ligne], <http://www.slate.fr/story/103427/budget-renseignement-pays-par-pays> (Page consultée le 19 août 2015) ; DENÉCÉ (E.), *Les moyens insuffisants du renseignement français*, 1 mai 2011, [En ligne], < http://www.cf2r.org/fr/editorial-eric-denece-lst/les-moyens-insuffisants-du-renseignement-francais.php> (Page consultée le 19 août 2015). Sur les 5000 membres du personnel, 2100 seraient dévolus à la Direction Technique (COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 92).

[679] Selon le *Projet de loi de finances pour 2013. Défense : environnement et prospective de la politique de défense* (http://www.senat.fr/rap/a12-150-5/a12-150-55.html).

[680] Lire à ce sujet l'excellent ouvrage : MARTINET (P.), *Un agent sort de l'ombre. DGSE Service Action*, Paris, J'ai lu, 2012.

[681] BULINGE (F.) et MOINET (N.), *Introduction*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Editions, 2016, p.16.

Les services français ont commencé à communiquer en 2002. Ceci en raison de la nécessité de s'adapter à la société de l'information, tout en continuant à observer des contraintes nécessaires à l'exercice du métier de renseignement. En 2010, la DGSE crée un poste de chargé de communication et en 2011 elle adopte un nouveau logo, celui-là même qui est visible sur l'actuel site de l'organisation.[682]

Figure 46 : Page d'accueil du site de la DGSE

« Nous ne communiquerons jamais sur nos opérations. Il y a là une ligne rouge infranchissable. J'insiste : il est impensable de révéler nos modes opératoires, nos capacités et

[682] BULINGE (Fr.), *De l'espionnage au renseignement. La France à l'âge de l'information*, Paris, Magnard-Vuibert, 2012, p. 228-229.

tout ce qui pourrait mettre en danger nos agents ou nos sources. Cette spécificité impose donc pas mal de restrictions. On ne communique pas non plus sur l'actualité, ce qui peut être assez frustrant pour les journalistes notamment »[683]. Selon Bernard BAJOLET, la DGSE est le premier service français à avoir mis en place une stratégie de communication : « la raison principale tient dans la nécessité que nous avions d'expliquer nos missions afin d'avoir l'attention des décideurs, mais aussi de répondre aux interrogations légitimes des citoyens que nous sommes en charge de protéger. D'une part, pour qu'ils sachent à quoi sert l'argent public qui nous est destiné et, d'autre part, pour les rassurer sur les actions que nous menons, tant le monde du renseignement suscite de fantasmes et véhicule nombre d'idées reçues. Avec un souci permanent : communiquer pour expliquer nos missions mais sans rien dévoiler »[684].

Contrairement à ce qui est dit dans l'article d'Isabelle HARE et d'Annelise TOUBOUL, la DGSE n'a pas à proprement parler un site web, mais dispose en réalité d'une section dédiée sur le site du Ministère français de la Défense. Ceci permet d'expliquer le « dispositif sans identité propre » relevé par leur analyse.[685] C'est également le cas pour la DGSI qui dispose de pages sur le site du Ministère de l'Intérieur. Les deux services sont également brièvement présentés sur le site de l'Académie du Renseignement[686]. Ce même site nous apprend que la DGSE a un effectif de 6000 personnes (63 % de civils et 37 % de militaires).

Le service fait l'objet d'une série récente et relativement médiatisée : « Le Bureau des Légendes ». L'utilité de séries télévisées telles que cette dernière, en termes de communication externe, repose sur le sérieux et le réalisme qu'il est possible de diffuser, de montrer.[687] A l'occasion de la promotion de la série, dans l'émission du « Petit Journal » datée du 27 avril 2015[688], Yann BARTHÈS commente la vidéo de recrutement de la DGSE : « Alors, ils sont peut-être très bons en espions mais un peu moins en com' ». Cette vidéo nous apprend par ailleurs que la DGSE dispose de 77 emplois types parmi lesquels des spécialistes en géopolitique, en économie, des ingénieurs en systèmes d'information et de communication, des linguistes, etc. Yann BARTHÈS mentionne en guise de boutade que la DGSE recherche également « des

[683] BAJOLET (B.), art. cit., p. 112.
[684] *Ibid.*, p. 110.
[685] HARE (I.) et TOUBOUL (A.), art. cit., p. 121-130.
[686] www.academie-renseignement.gouv.f
[687] BAJOLET (B.), art. cit., p. 111.
[688] LE PETIT JOURNAL, *Spéciale « Le Bureau des Légendes », Canal +*, BARTHÈS (Y.), 27 avril 2015, [En ligne], <http://www.canalplus.fr/c-emissions/c-le-petit-journal/pid6515-le-petit-journal.html?vid=1255545>, (Page consultée le 14 mai 2015).

communicants, manifestement ». Ensuite, sur la base de la liste des spécialités des linguistes recherchés, il déclare, carte à l'appui : « nous pouvons donc dire précisément que la France espionne dans cette région du globe (Liban, Syrie, Israël, Irak, Égypte)… ».

8.10.1.6. Italie

- AISE & AISI

AISE & AISI	**Agence d'information et de sécurité extérieure** **Agence d'information et de sécurité intérieure** Agenzia informazioni e sicurezza esterna Agenzia informazioni e sicurezza interna				
Italie	• Service civil de renseignement et de sécurité extérieur (AISE) • Service civil de renseignement et de sécurité intérieur (AISI) • Personnel estimé : Inconnu		• Création officielle : 3 août 2007 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.sicurezzanazionale.gov.it	N/A	Forte Braschi Rome (AISE) Via Giovanni Lanza, 194 00184 Roma (AISI)	+39648101 (AISI)	info@sicurezzanazionale.gov.it	Alberto Manenti (AISE) Mario Parente (AISI)

Les deux services sont présentés sur un site web unique nommé « Sistema di Informazione per la Sicurezza della Repubblica ». L'AISE et l'AISI dépendent du « Dipartimento delle informazioni per la sicurezza », le département de l'information pour la sécurité. L'AISE est le service de renseignement externe, tandis que l'AISI est le service de renseignement intérieur. Avant la réforme qui consacre la création du « Sistema di Informazione per la Sicurezza della Repubblica », les prérogatives de renseignement interne étaient exercées par le « Servizio per le Informazioni e la Sicurezza Democratica » (SISDE), créé le 24 octobre 1977. L'AISE est le service légataire du « Servizio per le Informazioni e la Sicurezza Militare » (SISMI).

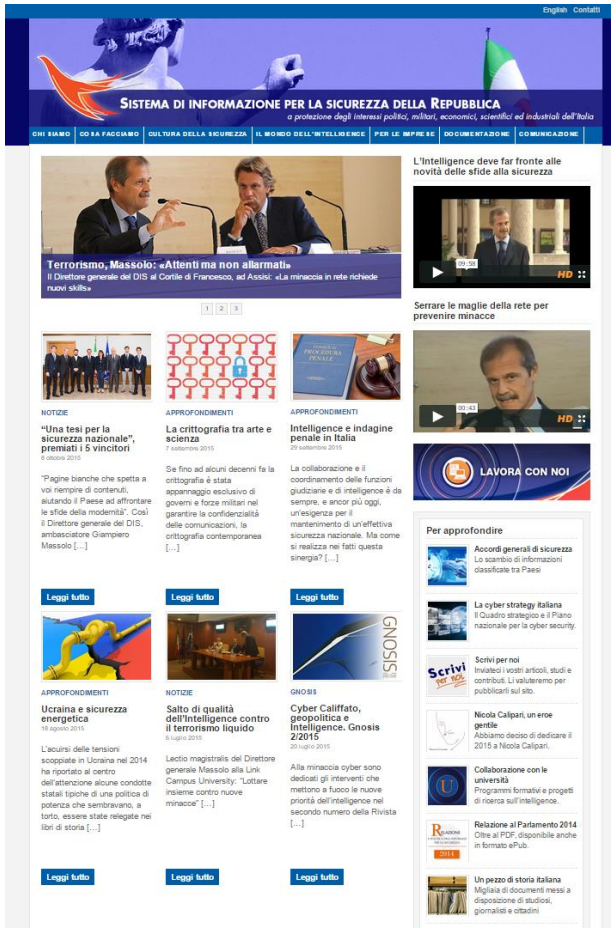

Figure 47 : Page d'accueil du site de l'AISE et de l'AISI

8.10.1.7. Espagne

- CNI

CNI	**Centre national de renseignement** Centro Nacional de Inteligencia				
Espagne	• Service civil de renseignement intérieur et extérieur • Personnel estimé : 3500		• Création officielle : 6 mai 2002 • Budget estimé : 255 millions €		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.cni.es	N/A	Avenidda Padre Huidobro, s/n 28023 Madrid	+34913725000	Web Form cni@cni.es	Félix Sanz Roldán

Le Centro Nacional de Inteligencia est le service espagnol en charge du renseignement interne et externe. La première tentative de création d'un service de renseignement, en Espagne, remonte à 1935. Cette première tentative s'achève avec la guerre civile. En 1972, le « Servicio Central de Documentación » (SECED) est créé, sous le régime franquiste. Cette organisation était principalement en charge de la contre-subversion. En 1975, suite au couronnement de Juan Carlos Ier, la démocratisation des institutions gouvernementales a permis, dans le même temps, l'évolution du renseignement espagnol. Le « Centro Superior de Información de la Defensa » (CESID) est créé en 1977 et durera pendant 20 ans, avant de devenir le CNI, en 2002, suite à la promulgation de deux lois qui encadrent le fonctionnement du service.

Figure 48 : Page d'accueil du site du CNI

8.10.1.8. Biélorussie

- KGB

KGB	**Comité de la sécurité d'État de la République de Biélorussie** Камітэт дзяржаўнай бяспекі Рэспублікі Беларусь				
Biélorussie	• Service civil intérieur et extérieur • Personnel estimé : inconnu		• Création officielle : Septembre 1991 (mais référence à la date du 20 décembre 1917) • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.kgb.by	N/A	Nezalezhnasti Avenue, 17 Minsk Belarus 220030	+375 8 (017) 219-92-30 +375 8 (017)219 - 95-29	pressa@kgb.gov.by	Valery Vakulchik

Le KGB est l'actuel service de renseignement biélorusse. Son histoire remonte aux débuts historiques de son homonyme soviétique. Le site web du service fait explicitement référence à la date du 20 décembre 1917, date de création de la *Tchéka* et l'histoire du service, comme celle du pays se confondent avec l'histoire de la Russie soviétique : GPU, NKVD, etc. Le service prend une part active durant la seconde guerre mondiale (ou « Grande guerre patriotique ») dans des opérations de sabotage, de reconnaissances et de lutte armée contre des cibles nazies. En 1954, le KGB est créé, en même temps que les organes de sécurité de l'URSS sont réorganisés. En 1978, le KGB biélorusse prend une forme indépendante et voit la création de structures nationales appropriées. En 1991, la République de Biélorussie est indépendante et l'État conserve son service de renseignement et de sécurité, ainsi que sa dénomination : KGB. C'est l'unique service à avoir conservé son appellation depuis l'époque soviétique.

Figure 49 : Page d'accueil du site du KGB (Octobre 2015)

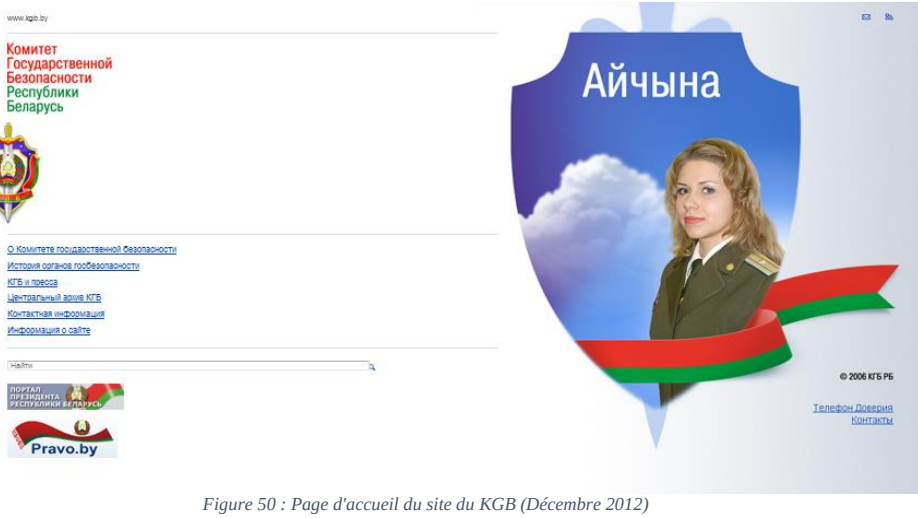

Figure 50 : Page d'accueil du site du KGB (Décembre 2012)

8.10.1.9. Turquie

- MIT

« In our country, the efforts to establish an intelligence organization that would function in a systematic and organized manner were started during the last years of the Ottoman Empire ».
-MIT Website[689]-

MIT	**Organisation du renseignement national** Millî İstihbarat Teşkilatı				
Turquie	• Service civil intérieur et extérieur • Personnel estimé : 8000[690]		• Création officielle : 22 juillet 1965 • Budget estimé : 1.058.707.000 TRY (2014) 1.228.000.000 TRY (Prévision 2016)[691]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.mit.gov.tr	N/A	Ulus Ankara Turquie	N/A	Webform	Dr. Hakan Fidan

La volonté de créer un organisme de renseignement organisé, en Turquie, date de la fin de l'empire ottoman. Ceci afin de préserver l'unité politique et lutter contre les activités séparatistes, notamment celles supportées par des pays étrangers qui ont des intérêts au Moyen-Orient. C'est ainsi qu'une agence de renseignement est créée le 17 novembre 1913 par Enver PACHA : Teşkilat-I Mahsusa. Cette agence est dissoute après la première guerre mondiale, le 30 octobre 1918. Par la suite, plusieurs autres services sont actifs avant que les activités de renseignement ne soient confiées à l'armée de terre. Ce n'est qu'en 1925 qu'ATATÜRK donne des directives pour mettre en place une organisation de renseignement moderne sur la base des standards de pays développés. Nombre des cadres de cette nouvelle organisation sont formés dans des pays européens. Et c'est ainsi que le 6 janvier 1926 est créé le Milli Emniyet Hizmeti,

[689] MIT WEBSITE, *History of the MIT,* <http://www.mit.gov.tr/eng/tarihce.html> (Page consultée le 30 décembre 2015).
[690] HURRIYET DAILY NEWS , *Turkish gov't takes a step back on intel bill upon harsh criticism*, 23 février 2014, [En ligne], <www.hurriyetdailynews.com/Default.aspx?pageID=238&nID=62813&NewsCatID=338>, (Page consultée le 31 décembre 2015).
[691] T24, *MİT'in personel sayısı ilk kez açıklandı*, 23 février 2014, [En ligne], <http://t24.com.tr/haber/mitin-personel-sayisi-ilk-kez-aciklandi,251793> (Page consultée le 31 décembre 2015).

le service qui précède l'actuel MIT. Cet organe de renseignement est actif jusqu'en 1965, date à laquelle le nom du service est changé pour Millî İstihbarat Teşkilatı, sa dénomination actuelle. Le service est placé sous l'autorité d'un sous-secrétaire qui répond directement devant le premier ministre. Le 1er janvier 1984 une nouvelle loi dotant le service d'une organisation structurelle moderne est entrée en vigueur.[692]

Figure 51 : Page d'accueil du site du MIT (Décembre 2011)

La nouvelle version du site du MIT présente une refonte complète de ce qui existait auparavant (2011). Le design est ainsi complètement modifié. La page d'accueil est composée de l'emblème du service, accompagné de la mention « We are in the service of the whole Turkish nation. November 1, 1937. K. Atatürk », jouxtant neuf cases qui contiennent des illustrations qui changent par une discrète animation. Dans sa version anglaise, le menu de navigation comprend trois liens hypertextes situés au-dessus des illustrations et quatre sections accessibles en-dessous les images. Ce qui change, par rapport à la version en turc, est la

[692] MIT WEBSITE, *History of the MIT*, <http://www.mit.gov.tr/eng/tarihce.html> (Page consultée le 30 décembre 2015).

présence d'un quatrième lien qui concerne les possibilités de carrière et une section supplémentaire qui contient différents communiqués de presse. Une section intitulée « Career » se trouve cependant sur le site en anglais, mais le lien est inactif. Le site est disponible en turc, en anglais, en arabe, en russe et en français. Le contenu disponible en français étant plus pauvre que la version anglaise, c'est cette dernière version qui a été analysée, faute de pouvoir travailler sur la version originale.

Figure 52 : Page d'accueil du site du MIT (Octobre 2015)

L'énonciation est majoritairement à la première personne du pluriel avec de nombreuses phrases en « nous » : « We maintain the following principle : « The objective of intelligence is to gather correct information and not to leave the State facing a surprise ». Dans « About us », l'utilisateur trouve une photo du chef actuel du service : le sous-secrétaire Dr. Hakan FIDAN est assis à son bureau impeccablement rangé, les mains croisées, en costume sombre, le regard fixé dans la direction de l'internaute. De part et d'autre du bureau, il est aisé de reconnaître le

drapeau turc et un drapeau sur lequel est imprimé l'emblème du service. Derrière le sous-secrétaire, un tableau est accroché au mur : un portrait de Mustafa Kemal ATATÜRK. Cette photo n'est accompagnée d'aucune explication en anglais, bien que ce soit le cas dans la version turque du site.

Toujours dans cette même section, une liste recense les noms des anciens responsables du MIT, ainsi que du Milli Emniyet Hizmeti[693], avec leur date de début et de fin de carrière. En cliquant dessus, l'internaute découvre un portrait photographique et une courte notice biographique.

Dans ses « Duties, powers and responsabilities », le destinateur évoque simplement l'évolution de la législation qui encadre les activités du service. Le ton est impersonnel et les informations sont de nature factuelle. Le service expose sa structure organisationnelle qui comprend six directions : la direction de l'analyse stratégique, la direction du contre-espionnage, la direction du renseignement de sécurité, la direction du renseignement électronique et technique et la direction du renseignement SIGINT. Pour chacune de ces directions, l'instance énonciatrice explique brièvement les missions qui leur sont dévolues : l'analyse des renseignements collectés, la lutte contre l'espionnage de pays étrangers, la protection et le développement des intérêts stratégiques de la Turquie, la lutte contre le terrorisme, l'interception de télécommunications et la production de renseignement d'origine « signal ».

La section « History of the MIT », rédigée dans un style littéraire, relate les origines du MIT. Le texte est rédigé à la troisième personne du singulier : « Increasing need of nations to get information in advance about each other's political, social, economic, military activities and expectations have obliged them to establish some formations exclusively charged with collecting information ». Par ailleurs, le récit est émaillé de valeurs et laisse transparaître une certaine vision du monde et du métier : « The MIT, which has a modern structural organization and closely follows every kind of technological developments that would help the achievement of national objectives, with its experienced professional and technical staff, is successfully fulfilling its duties defined in the law in a manner firmly devoted to the principles of pluralist democracy, supremacy of law, impartiality and human rights ». L'énonciateur parle de « notre

[693] National Security Service, en anglais. Il s'agit de l'agence de renseignement turque, entre 1926 et 1965, remplacée par la suite par le MIT.

pays », mentionne le terme « devoirs » à plusieurs reprises, insiste sur l'importance d'un service moderne et adapté à son époque, du professionnalisme des membres du service tout au long de l'histoire, du respect de la loi, des principes démocratiques, de la personnalité et des droits de l'homme. L'historique du service souligne le rôle joué par ATATÜRK dans son histoire, comme en atteste l'emblème sur lequel figure son portrait, portrait qui est également accroché derrière le bureau du sous-secrétaire du MIT.

Comme c'est le cas sur d'autres sites analysés, le cycle du renseignement est expliqué : « The word "intelligence" in English and French, which means "wisdom, intellect", literally means to be informed in Turkish. However, information merely means unprocessed data in intelligence terminology. Intelligence, on the other hand, is a product generated by processing the reports, information and documents compiled from various sources so as to meet the requirements designated by the state »[694].

Les FAQs sont divisées en quatre thématiques : « Carrière », « Pouvoirs et responsabilités », « Activité » et « Autres ». Les questions sont souvent rédigées telles qu'elles pourraient être posées par le destinataire et les réponses sont formulées tantôt de façon impersonnelle, tantôt à la première personne du pluriel. Le destinataire réaffirme l'importance de la loi qui encadre les activités du service, parfois en mentionnant explicitement l'article de la loi concerné, mentionne la collaboration avec des services étrangers, rassure quant à la mise sur écoute de téléphones qui n'a lieu que dans certains cas spécifique, ou encore confirme que sa seule présence officielle en ligne est le présent site internet.

Un formulaire spécifique permet l'utilisateur de divulguer des informations au service : « How you can help ». Cette page précise que les demandes relatives à une candidature ou à des informations générales transmises via ce formulaire seront ignorées.

Le site mentionne, chose assez rare pour être soulignée, ses statistiques de trafic annuelles pour l'année 2014 : de 90.300 visiteurs par mois à 260.250[695]. Il n'est cependant pas spécifié il s'agit du nombre de visites comptabilisées ou bien du nombre de visiteurs uniques.

[694] MIT WEBSITE, *Intelligence production*, <http://www.mit.gov.tr/eng/isth-olusum.html> (Page consultée le 30 décembre 2015).
[695] MIT WEBSITE, <www.mit.gov.tr/eng/yillikziyaret_stat.html> (Page consultée le 30 décembre 2015).

Mais, c'est probablement le seul site à communiquer sur son audience. Il est ainsi possible de se faire une idée de l'ordre de grandeur du nombre d'internautes qui visitent le site web du MIT.

8.10.1.10. République tchèque

- BIS

> *« I am well aware of the highly contradictory image the BIS has among the public. Therefore, I would like to assure you that the BIS is not your enemy; it does not spy on your private life or on your political views. »* [696]
> *-Jiří Lang, Directeur du BIS-*

BIS	**Service de sécurité et de renseignement** Bezpečnostní Informační Služba				
République tchèque	• Service civil de renseignement et de sécurité intérieur • Personnel estimé : inconnu		• Création officielle : 30 juillet 1994 • Budget estimé : 1.652.946.000 CZK[697]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.bis.cz	N/A	PO Box 1 150 07 Prague 57	+420235521400	info@bis.cz	Michal Koudelka

Le « Bezpečnostní Informační Služba » est le service de renseignement intérieur de la République tchèque. Cet organisme est créé officiellement en 1994 et succède au service de Sécurité d'État tchécoslovaque (StB). Ce dernier a été créé en 1945 et était le service de sécurité du régime communiste tchécoslovaque, officine du KGB soviétique.

Le site mentionne qu'indépendamment de la nature clandestine des activités du service, le BIS est un organisme démocratique et est payé par les contribuables. C'est la raison pour laquelle les citoyens ont le droit de savoir comment il fonctionne et ce qu'il fait. Les sites tchèques (BIS et UZSI) affichent une volonté de se détacher de leur passé communiste. Des références explicites à la méfiance du public envers ce type d'organisation émaillent le discours.

[696] http://www.bis.cz/o-nasEN.html
[697] Selon la *Loi sur le budget d'État de la République tchèque 2017*, <www.zakonyprolidi.cz/cs/2016-457> (Page consultée le 1 mars 2017).

Ceci contrairement aux sites russes, dans lesquels le passé est assez largement glorifié et où la question de la répression politique est éludée.

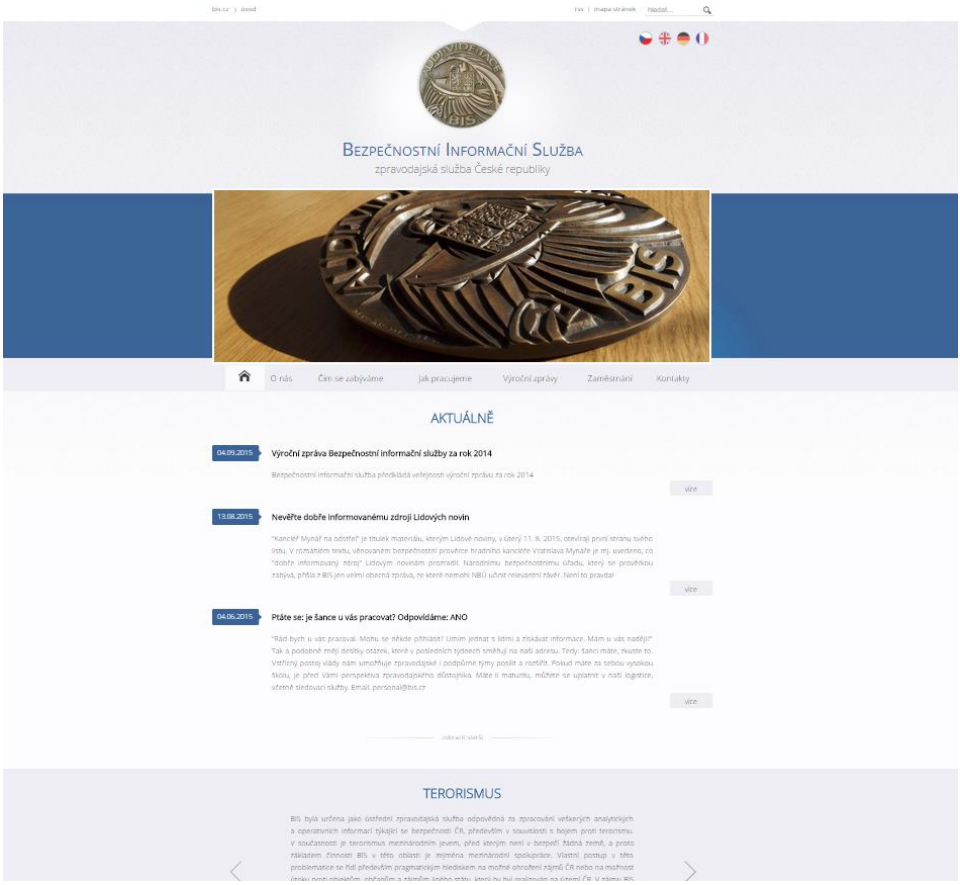

Figure 53 : Page d'accueil du site du BIS (Octobre 2015)

Le site du BIS se caractérise par un ton neutre, tant dans les textes que dans les couleurs. Le site tend à afficher une apparente modernité et une ouverture sur le monde (traductions en anglais, mais aussi en français et en allemand). La volonté de rupture avec le passé communiste est visible et s'articule avec des mentions aux différentes sources de méfiance de la population et en cherchant à y répondre, en rassurant. Le destinataire est le citoyen tchèque. Ses *a priori* possibles sur le service sont pris en compte par des formulations qui expliquent ce que le service ne fait pas : « La tâche du BIS n'est donc pas de rassembler des preuves qui seront utilisé pour emprisonner quelqu'un et l'amener devant la justice. Il s'agit de connaitre à temps une menace

éventuelle et faire le nécessaire pour l'éliminer »[698]. Le travail de l'organisation et ses différentes branches sont expliqués de manière simple. Dans la nouvelle version du site, il est possible de noter un certain nombre de remplois[699] dans le texte et un changement du design global du site.

L'énonciateur essaye de mettre l'énonciataire en confiance en lui présentant la volonté d'expliquer les *a priori* qu'il peut avoir sur ce type de service. L'énonciateur semble vouloir donner une image d'ouverture face à des éventuelles questions : « Je voudrais travailler chez vous. Est-ce que c'est possible de déposer ma candidature quelque part? Je sais communiquer avec les gens et acquérir l'information. Est-ce que j'ai une chance de travailler chez vous? »[700]. Cette citation apparait dès la page d'accueil.

Figure 54 : Page d'accueil du site du BIS (Décembre 2012)

- UZSI

[698] Traduit du tchèque : « Úkolem BIS není tedy shromažďovat důkazy umožňující někoho zatknout a dostat před soud, ale o možné hrozbě vědět, včas před ní varovat a vhodnými kroky jí eliminovat ».
[699] Ou réemplois, aussi appelés *spolia*, en latin : désigne, en architecture, l'utilisation de pièces issues de monuments antérieurs lors de la construction d'un bâtiment.
[700] Traduit du tchèque : « Rád bych u vás pracoval. Mohu se někde přihlásit? Umím jednat s lidmi a získávat informace. Mám u vás naději ? ».

UZSI	**Bureau pour les relations extérieures et l'information** Úřad pro zahraniční styky a informace				
République tchèque	• Service civil de renseignement extérieur • Personnel estimé : inconnu		• Création officielle : 1 janvier 1993 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.uzsi.cz	N/A	PO Box 153 160 41 Praha 6 Střelničná 1673/10 182 00 Praha-Kobylisy	N/A	mluvci@uzsi.cz uzsi@uzsi.cz	George Jester

L' « Office for Foreign Relations and Information » (UZSI) est le seul service de renseignement tchèque actif à l'étranger. Le service est créé lors des réformes de 1993 et 1994, suite à la division de la Tchécoslovaquie. L'UZSI est compétent pour tout ce qui relève du renseignement étranger relatif aux intérêts de la République tchèque, tant pour ce qui concerne le renseignement politique, économique, que concernant le terrorisme ou toute autre menace mettant en danger la Tchéquie.

Figure 55 : Page d'accueil du site de l'UZSI

Le destinateur du site semble conférer au destinataire un niveau culturel élevé, le gout de la rigueur et un certain nombre de valeurs morales partagées. Cependant, il y a une absence d'adresses directes au destinataire, ce qui ne donne pas de portrait concret du public cible. Les relations entre énonciataire et énonciateur peuvent être vue comme poliment distantes. La transparence tient une place importante dans le discours, ce qui s'explique probablement du fait des scandales liés à la corruption, en République tchèque. La devise de l'organisation, « Sine ira et studio » est expliquée comme un appel à être raisonné, juste et sans préjugés ou passions. Le code éthique de l'employé de l'UZSI est mis à disposition de l'internaute.

8.10.1.11. Ukraine

- SZRU

SZRU	**Service de renseignement extérieur de l'Ukraine** Служба зовнішньої розвідки України				
Ukraine	• Service civil de renseignement extérieur et d'interception • Personnel estimé : 4000 (en 2010)[701]		• Création officielle : 14 octobre 2004 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
szru.gov.ua fisu.gov.ua	N/A	24/1 Nahirna St. Kyiv 04107 Ukraine	(044) 481-60-02 (044) 481-69-95 (044) 481-6-481	info@szru.gov.ua	Razinkov Ihor Prokopovych

Le SZRU est le service de renseignement extérieur ukrainien, créé en 2004. Ses prérogatives couvrent le renseignement dans les domaines politique, économique, militaire, scientifique et technique. Le service a recours au renseignement d'origine humaine et au SIGINT pour mener à bien ses missions. Le SZRU a été créé à partir de plusieurs départements du SBU, le Service de sécurité d'Ukraine. Ce service était lui-même le successeur de la division ukrainienne du KGB soviétique et a conservé son personnel lors de l'indépendance ukrainienne. L'histoire de ce service se confond donc également jusqu'à la dissolution de l'URSS avec celle des services soviétiques.

[701] KUZIO (T.), *The security service of Ukraine (SBU)*, 4 février 2014, [En ligne], <http://www.rieas.gr/images/tarask.pdf> (Page consultée le 15 octobre 2015), p. 2.

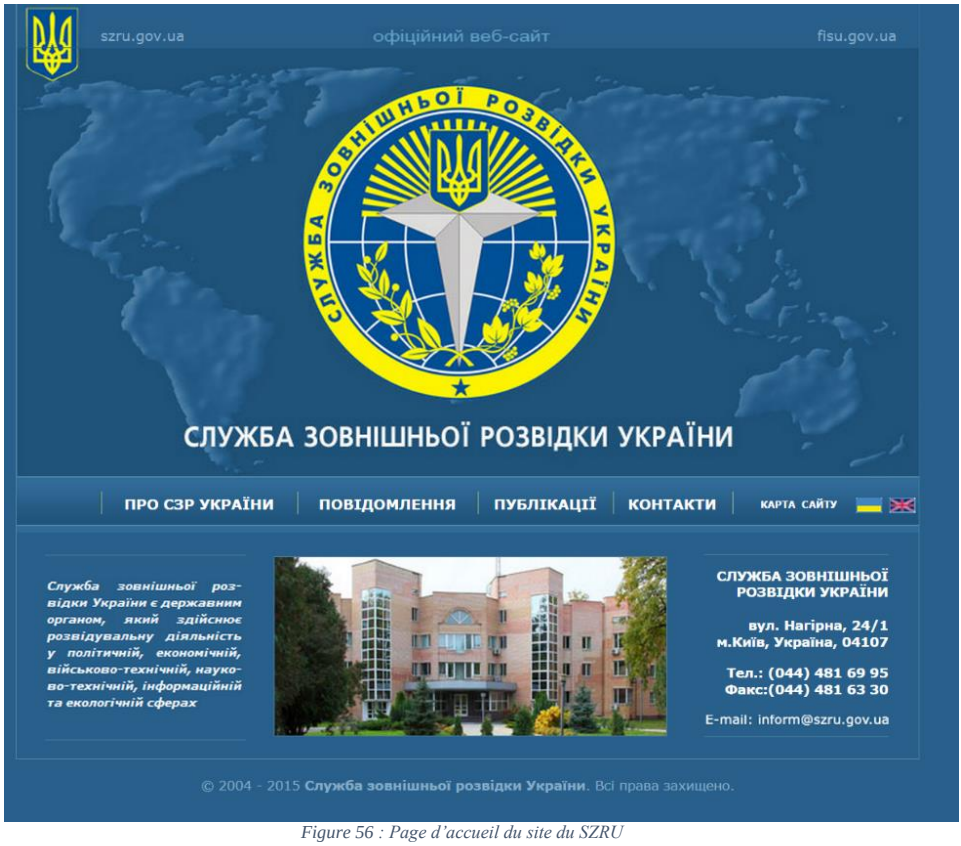

Figure 56 : Page d'accueil du site du SZRU

8.10.2. Amérique du Nord et Amérique centrale

8.10.2.1. États-Unis

« La politique étrangère des États-Unis dépend du maintien du secret non seulement par peur des ennemis de l'Amérique, mais aussi parce que la réalité aurait souvent de quoi horrifier les Américains. »
-Owen Jones[702]*-*

- NSA

NSA	**Agence nationale de sécurité** National Security Agency				
États-Unis d'Amérique	• Service civil et militaire d'interception • Personnel estimé : Entre 38.000 et 70.000[703]		• Création officielle : 4 novembre 1952 • Budget estimé : 10,8 milliards de dollars (2013)[704]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.nsa.gov	• LinkedIn • Facebook[705] • @NSAGov	9800 Savage Rd., Suite 6272 Ft. George G. Meade, MD 20755-6000	+13016886524	Web Form	Michael S. Rogers

La NSA est sans conteste « la plus importante des agences américaines […], fondée en 1952 dans le contexte de l'attaque surprise des « volontaires » chinois en Corée, et aujourd'hui publiquement exposée. Longtemps qualifiée avec ironie de « No Such Agency », elle reçoit la plus grande part du budget et des effectifs (40 000 personnes sur 100 000) du renseignement américain »[706]. Ce service est en charge du renseignement d'origine électromagnétique. Dans les mêmes locaux que ceux de la NSA, se trouve le Central Security Service (CSS) qui gère les questions relatives à la cryptographie. En 1996, la NSA « déclassifie plus d'un million de pages

[702] JONES (O.), *Jugez les États-Unis, pas Bradley Manning !*, dans *Courrier International*, n°1179, 2013.
[703] Les estimations varient selon les sources (BAUD (J.), *op. cit.*, p. 486 et DENÉCÉ (E.), *Renseignement et contre-espionnage. Actions clandestines, technologies, services secrets*, Paris, Hachette Pratique, 2008, p. 183), dont 1103 mathématiciens, 966 docteurs Ph.D, 4374 informaticiens (COUSSERAN (J.-Cl.) et HAYEZ (Ph.), *op. cit.*, p. 92) et environ 14.950 militaires (GELLMAN (B.) et MILLER (G.), art. cit.).
[704]GELLMAN (B.) et MILLER (G.), art. cit..
[705] www.facebook.com/NSACareers
[706] HAYEZ (Ph.), art. cit., p. 95-96.

de documents relatifs à la cryptologie pendant les deux guerres mondiales. Si l'effort de la NSA a été dans un premier temps moins soutenu que celui de la CIA, il s'est récemment accéléré avec la mise en ligne de nombreux documents, des monographies internes traitant de sa structure et de ses activités, mais aussi des documents d'archive »[707].

Figure 57 : Page d'accueil du site de la NSA

[707] RAMOS (R.), art. cit., p. 34.

- CIA

« Mais que diable foutent ces clowns à Langley ! »
-Richard Nixon à propos de la CIA[708]*-*

CIA	**Agence centrale de renseignement** Central Intelligence Agency				
États-Unis d'Amérique	• Service civil de renseignement extérieur • Personnel estimé : 21575 personnes (2013)[709]		• Création officielle : 26 juillet 1947 • Budget estimé : 14,7 milliards de dollars (2013)[710]		
Site web	**Social media**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.cia.gov	• @CIA • YouTube[711] • Facebook[712]	Langley Virginie États-Unis	(703) 482-0623	Web Form[713]	John O. Brennan

La CIA est l'agence centrale de renseignement des États-Unis d'Amérique en charge du renseignement extérieur, bien qu'elle ait mené à l'occasion des activités sur le territoire américain et qu'elle continue à le faire via la *Domestic Ressources Division*.[714] Elle s'occupe également d'opérations clandestines à l'étranger et du contre-espionnage extérieur.[715] L'Agence a été créée en 1947, dans l'immédiat après-guerre, suite à la dissolution de l'*Office of Strategic Services* (OSS) qui existait depuis 1942.[716] Le *National Security Act* qui officialise la création de l'Agence est délibérément imprécis quant à certaines prérogatives de la CIA et ne spécifie pas ce que les activités de renseignement de la CIA incluent. De plus, il n'est pas fait mention du terme « espionnage » dans ledit document, contexte de guerre froide oblige… Dès ses débuts, l'existence de l'Agence n'est donc pas cachée, mais ses prérogatives sont floues, à dessein.[717]

[708] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 209.
[709] GELLMAN (B.) et MILLER (G.), art. cit..
[710] *Loc. cit.*
[711] www.youtube.com/user/ciagov
[712] www.facebook.com/Central.Intelligence.Agency
[713] www.cia.gov/cgi-bin/comment_form.cgi
[714] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 180-182.
[715] DENÉCÉ (E.), *Renseignement et contre-espionnage. Actions clandestines, technologies, services secrets*, Paris, Hachette Pratique, 2008, p. 180-182.
[716] BAUD (J.), *op. cit.*, p. 114-122.
[717] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 72-73.

La volonté d'une agence apolitique qui a présidé à la création de l'Agence centrale de renseignement est soulignée : « […] l'analyste est là pour analyser, pas pour recommander et il n'a pas à définir les problèmes qui se posent. L'Agence s'interdit ainsi d'être partie prenante aux décisions politiques : elle expose des faits, aux politiques d'en tirer leurs conclusions »[718]. Cette assertion est bien entendu sujette à débat, au vu de l'histoire de l'Agence, mais résume la détermination initiale de la CIA qui est de fonctionner sans être partie prenante de décisions qui la mêleraient à la politique américaine, raison pour laquelle elle n'est liée à aucun ministère et ne dépend que de la Maison Blanche[719]. Cette indépendance politique est rappelée de manière subtile dans la phrase qui orne le hall d'entrée du quartier général de l'Agence à Langley : « Alors vous connaitrez la vérité et la vérité vous rendra libre »[720]. Cependant, à diverses occasions, le renseignement américain et la CIA ont travaillé à produire des rapports qui collaient aux idées préconçues des politiciens et militaires, lors de la guerre du Vietnam ou lors de la guerre en Irak, par exemple[721]. Ainsi, la CIA a connu de nombreuses crises, relayées par la presse et cristallisant les passions pour l'histoire cachée, les complots[722] et le mythe de la toute puissante CIA.

En effet, peu de services de renseignement sont aussi sévèrement critiqués que la CIA. Il lui est souvent reproché son incompétence, et ce dès 1949, ainsi que de détenir des pouvoirs trop importants. Malgré tout, les Américains y sont très attachés[723] car c'est le service de renseignement américain le plus connu au monde et le plus emblématique : « la CIA fait partie du patrimoine des États-Unis, comme Hollywood, Disneyland et Bonnie & Clyde » [724].

À divers moments, comme lors de la crise des missiles de Cuba (1962), la crise iranienne (1978), la chute de l'Union soviétique (1991), les attentats du *World Trade Center* (2001)[725] et la recherche des supposées armes de destruction massives irakiennes (2003), c'est l'incapacité de la CIA à fournir des analyses exactes qui a remis en cause la crédibilité de l'Agence auprès des décideurs politiques et des citoyens. Il est bien entendu admis qu'« une organisation comme

[718] SILBERZAHN (Ph.), art. cit., p. 41.
[719] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 15.
[720] *Ibid.*, p. 68.
[721] En effet, le rapport de l'Agence de 2002, intitulé « Iraq's Weapons of Mass Destruction Programs », a contribué à légitimer le *casus belli* qui a causé le déclenchement des hostilités en Irak.
[722] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 11.
[723] *Ibid.*, p. 12-13.
[724] *Ibid.*, p. 13.
[725] SILBERZAHN (Ph.), art. cit., p. 37-38.

la CIA ne peut évidemment pas tout prédire. Sa finalité, plus modeste, est de fournir aux décideurs politiques les éléments essentiels pour amoindrir, sinon éviter, les surprises éventuelles »[726]. En dépit de ce fait avéré, à chacun de ses manquements étalés sur la place publique, la CIA est durement blâmée avant d'être réorganisée et renforcée. Selon certains directeurs de l'Agence, à l'instar de Richard HELMS, ce sont majoritairement les opérations clandestines qui stimulent la critique des médias, bien que ne représentant que 5% du budget de la CIA.[727]

Mais l'histoire de la CIA est surtout constellée de réussites qui en font l'un des organismes de renseignement les plus célèbres au monde. Et nombreuses de ses réussites sont connues du grand public grâce à d'habiles fuites orchestrées dans la presse qui permettent de faire comprendre à demi-mot que l'Agence est derrière tel ou tel évènement. D'importants succès en Iran et au Guatemala, de même qu'une presse américaine acquise à sa cause contribuent à faire de la CIA un véritable mythe durant la guerre froide.[728]

C'est pendant la guerre froide que la presse s'intéresse de près aux activités de la CIA. La première enquête de presse sur ce service, est réalisée par le *New York Times* en 1966, dans un contexte d'opposition de plus en plus manifeste de la société civile à la guerre du Vietnam. C'est dans ce contexte, que l'Agence est remise en cause. En 1974, alors que la CIA est mêlée au scandale du *Watergate*, plus de 200 articles sont publiés.[729] En 1975, soumise à une commission d'enquête sénatoriale, la CIA est dépeinte publiquement comme étant un « éléphant voyou prêt à tout saccager »[730]. Les scandales qui éclaboussent à l'occasion les services de renseignement ne datent donc pas d'hier et les attentats du 11 septembre 2001, les révélations de SNOWDEN ou de *Wikileaks* ne constituent pas des précédents. Une simple lecture de l'histoire de la CIA permet de se rendre compte que l'intérêt de la société civile pour les questions de renseignement est dicté par des évènements majeurs qui la menacent dans son intégrité physique ou dans ses droits, le plus souvent. Ainsi, l'apparition du site web de l'Agence peut difficilement être mise en corrélation avec les attentats du 11 septembre comme cela a été dit par ailleurs.

[726] SILBERZAHN (Ph.), art. cit., p. 39.
[727] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 142.
[728] *Ibid.*, p. 136-137.
[729] *Ibid.*, p. 196 et 228.
[730] *Ibid.*, p. 241.

- USIC

« Today, we live in a much more complex world where security concerns are less straightforward and more global in nature. The Intelligence Community needs employees with specialized knowledge and skills to protect America »
-USIC Website[731]-

USIC	**Communauté du renseignement des États-Unis** United States Intelligence Community				
États-Unis	• Communauté du renseignement • Personnel estimé : 107.035[732]		• Création officielle : 4 décembre 1981 • Budget estimé : 52,6 milliards de dollars[733]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.intelligencecareers.gov[734]	N/A	N/A	N/A	N/A	Mike Dempsey

La communauté du renseignement est un groupe de 16 agences fédérales qui « travaillent ensemble pour protéger les États-Unis d'Amérique », comme l'affirme le site internet de l'USIC. Le concept de « communauté du renseignement » apparaît en 1952[735], mais sa création officielle n'a lieu qu'en 1981. La communauté du renseignement est placée sous l'autorité de l'ODNI[736]. Les 16 agences sont qui sont regroupées dans cette communauté sont la CIA, la DIA[737], le FBI[738], le NGA[739], le NRO[740], la NSA, le DOE[741], le DHS[742], le DOS[743],

[731] www.intelligencecareers.gov/icprotecting.html
[732] GELLMAN (B.) et MILLER (G.), art. cit..
[733] *Loc. cit.*
[734] Anciennement, www.intelligence.gov
[735] DANINOS (Fr.), *op. cit.*, p. 104.
[736] Office of the Director of National Intelligence : www.odni.gov
[737] Defense Intelligence Agency : www.dia.mil
[738] Federal Bureau of Investigation : www.fbi.gov
[739] National Geospatial-Intelligence Agency : www.nga.mil
[740] National Reconnaissance Office : www.nro.gov
[741] Department of Energy Office of Intelligence and Counterintelligence : energy.gov/office-intelligence-and-counterintelligence
[742] Department of Homeland Security : www.dhs.gov/office-intelligence-and-analysis
[743] Department of State Bureau of Intelligence and Research : www.state.gov/s/inr

l'OIA[744], la DEA[745], le G-2[746], le 25th Air Force[747], l'United States Coast Guard[748], l'United States Marine Corps Intelligence Department[749] et l'ONI[750]. Ces agences comptent également un site internet institutionnel propre, en général. Le Black Budget du renseignement des États-Unis révèle que ces agences comptent sur plus de 50 milliards de dollars, mais parfois il est estimé que leur budget est d'environ « 80 milliards de dollars (le budget annuel présumé du renseignement américain pour la « communauté de l'intelligence » de seize agences) »[751].

Figure 58: Page d'accueil du site de l'USIC (Décembre 2012)

La variation la plus évidente entre l'ancienne version du site (voir Figure 58) et l'actuelle (voir Figure 59) apparaît d'emblée à l'utilisateur sur la page d'accueil : la gamme chromatique est passée à des nuances de gris et un fond blanc. La signature institutionnelle est modifiée pour « The United States Intelligence Community ». Le carrousel montre des silhouettes d'hommes et de femmes, sans montrer leurs visages, dans des situations et des tenues rappelant le monde professionnel. Ce choix iconique est relativement récurrent sur ce type de site. Par ailleurs, une

744 Treasury's Office of Intelligence and Analysis : www.treasury.gov/about/organizational-structure/offices/Pages/Office-of-Intelligence-Analysis.aspx
745 Drug Enforcement Administration : www.dea.gov/ops/intel.shtml
746 U.S. Army Intelligence : www.inscom.army.mil
747 www.25af.af.mil
748 www.uscg.mil
749 www.hqmc.marines.mil/intelligence/UnitHome.aspx
750 Office of Naval Intelligence : www.oni.navy.mil
751 HUYGHE (Fr.-B.), *Le fanatisme ne se réduit pas à des données. Renseignement contre djihadisme*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 37.

femme souriante à la peau mate figure à côté du « Job exploration tool ». Ainsi, les illustrations de la page d'accueil mettent d'emblée l'accent sur la diversité et le professionnalisme.

Les aspects discursifs restent, quant à eux, très similaires à ceux de la version antérieure : une énonciation à la première personne du pluriel avec de nombreuses interpellations de l'internaute. Ceci s'explique par la volonté affichée du destinateur de se présenter comme un employeur potentiel. Ce site redirige l'internaute vers les sites web des agences de renseignement membres de la communauté pour davantage d'informations quant à leurs missions et spécificités.

Le but premier est donc d'informer le destinataire quant aux possibilités de carrière dans le secteur du renseignement étatique aux États-Unis. Pour ce faire, le site propose des vidéos et des formulaires interactifs. L'internaute est virtuellement inclus dans le discours par des formulations telles que « I am a U.S. citizen – Yes/No », auxquelles le destinateur lui répond « You must be a U.S. citizen to gain employment with the U.S. Intelligence Community ». Au terme des questions à choix multiple, le destinateur propose à l'internaute une série de liens susceptibles de l'intéresser : « Based on your input, the following career fields may be a good match for your specific qualifications ».

Dans la section « Careers », un menu en accordéon liste les catégories d'emplois qui existent dans les services de renseignement de la communauté. Le destinataire est invité à dérouler les sections qui l'intéressent. Le destinateur s'adresse à lui à travers un texte l'interpelant : « You enjoy transforming raw information into critical reports used to understand intelligence issues within the United States and abroad. Your quick mind can analyze complex situations under pressure ».

Une vidéo et un menu en accordéon, accompagné de lignes du temps, expliquent le processus de recrutement. Une autre section qui se trouve sous l'onglet « Mission », puis « Protecting America », est consacrée aux différentes menaces : terrorisme, prolifération, guerre chimique, guerre bactériologique, attaque des infrastructures informationnelles, trafic de stupéfiants et contre-espionnage. Le cycle du renseignement est présenté sous l'intitulé « How intelligence works » à l'aide d'un disque cliquable qui dévoile, étape par étape, une explication relativement détaillée du processus. Ce cycle est, lui aussi, expliqué sur de nombreux sites de services de renseignement.

Figure 59 : Page d'accueil de l'USIC (Octobre 2015)

8.10.2.2. Mexique

- CISEN

CISEN	**Centre de Recherche et de Sécurité Nationale** Centro de Investigación y Seguridad Nacional				
Mexique	• Service civil de renseignement intérieur • Personnel estimé : 3500		• Création officielle : 13 février 1989 • Budget estimé : 587 millions de dollars		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.cisen.gob.mx	N/A	Centro del Cisen Camino Real a Contreras No. 35 Col. La Concepción Ciudad de México, D.F.	N/A	cisen@cisen.gob.mx	Eugenio Imaz Gispert

Le Centro de Investigación y Seguridad Nacional est l'agence civile de renseignement mexicaine qui dépend du Secrétariat de l'Intérieur. Le CISEN est créé en 1989 et répond à la nécessité d'adaptation du renseignement aux nouvelles transformations que connaît le pays, à la fin de la guerre froide. Le CISEN succède à la Dirección Federal de Seguridad (DFS) qui avait été créée en 1947, vraisemblablement avec le concours de la CIA. La DFS est connue pour son rôle supposé dans la favorisation du trafic de drogue et la protection des affaires de certains cartels. Elle s'est également rendue responsable de tortures, assassinats et détentions illégales. En 1989, la nouvelle agence de renseignement s'est vue dotée d'une loi encadrant ses activités qui relèvent de la protection du pays contre les risques et menaces, la sauvegarde de l'indépendance et de la souveraineté du Mexique, le maintien de l'ordre constitutionnel, la défense du pays contre d'autres pays et la préservation de l'ordre démocratique.

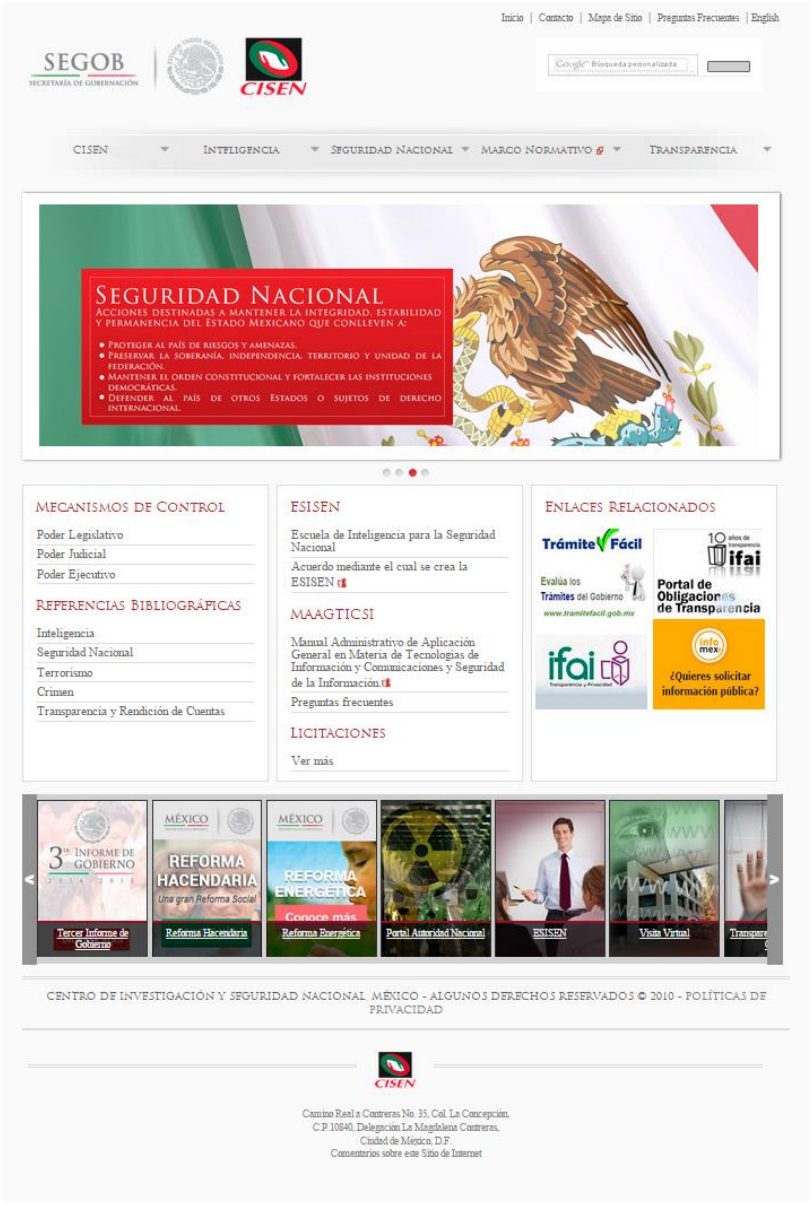

Figure 60 : Page d'accueil du site du CISEN

8.10.2.3. Canada

- SCRS/SCIS

SCRS	**Service canadien du renseignement de sécurité** Canadian Security Intelligence Service				
Canada	• Service civil de renseignement intérieur, extérieur et de sécurité • Personnel estimé : 2449		• Création officielle : 21 juin 1984 • Budget estimé : 512,2 millions de dollars (2014-2015)		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.csis-scrs.gc.ca	N/A	Case postale 9732 Succursale T Ottawa (Ontario) K1G 4G4	613-993-9620	N/A	Michel Coulombe

Le Service canadien du renseignement de sécurité a été créé en 1984, en tant que service de renseignement intérieur et extérieur du Canada. L'histoire du service remonte au Western Frontier Constabulary, un service de police destiné à la surveillance des frontières créé en 1864. Les activités de renseignement sont par la suite dévolues à la Gendarmerie Royale du Canada. Entre les deux guerres mondiales, ces activités sont faibles et ne nécessitent l'emploi que de quelques personnes jusqu'en 1939. Le renseignement canadien se développe sous la menace communiste pendant la guerre froide. Les missions de renseignement sont séparées de celles de sécurité dans les années 70 et le SCRS est créé officiellement en 1984. De nos jours, le service travaille sur l'antiterrorisme et s'est adapté pour répondre aux nouvelles menaces, de manière à remplir sa fonction : protéger les droits des Canadiens.

Figure 61 : Page d'accueil du site du SCRS/CSIS

8.10.3. Amérique du Sud

8.10.3.1. Brésil

- ABIN

> *« ABIN is a STATE AGENCY, not a GOVERNMENT AGENCY. The Brazilian State is permanent. Government is transitory. ABIN has no link to political parties ».*
> *-ABIN Website-*

ABIN	**Agence brésilienne de renseignement** Agência Brasileira de Inteligência				
Brésil	• Service civil de renseignement interne et externe • Personnel estimé : inconnu		• Création officielle : 7 décembre 1999 • Budget estimé : 527,7 millions BRL (2012)[752]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.abin.gov.br	Facebook [753]	SPO Área 05 Quadra 01 Bloco A Brasília DF Brasil	+1 613-445-9000	acom@abin.gov.br Web Form[754]	Wilson Roberto Trezza

En 1927, le conseil de Défense nationale est créé au Brésil : c'est à cette date que commence l'histoire du renseignement dans ce pays. Le 6 septembre 1946 voit la création du Federal Information and Counter-Information Service (SFICI). Un nouveau jalon de l'histoire du renseignement est alors posé. 20 ans plus tard, alors que le SFICI est dissous, un service de renseignement extérieur est créé le 13 juin 1964 : le Serviço Nacional de Informações (SNI). La création de ce service s'inscrit dans un contexte de protestation sociale qui aboutit à une intervention militaire dans le processus politique national en 1964, sous le gouvernement de Humberto DE ALENCAR CASTELO BRANCO. À partir de 1970, et avec la création du National Information System (SISNI), des efforts sont faits en vue d'intégrer toutes les agences de renseignement civil et militaire. Avec la démocratisation du pays, fin des années 70, le

[752] SEQUEIRA (C.D.), *Como funciona o Serviço Secreto Brasileiro*, dans *Istoé Independente*, 14 novembre 2012, [En ligne], <www.istoe.com.br/reportagens/254013_COMO+FUNCIONA+O+SERVICO+SECRETO+BRASILEIRO>, (Page consultée le 31 décembre 2015).
[753] www.facebook.com/abin.oficial
[754] ABIN WEBSITE, *Talk to us*, <www.abin.gov.br/modules/faleconosco/> (Page consultée le 31 décembre 2015).

gouvernement cherche à repositionner ses activités de renseignement. Le SNI est finalement supprimé, le 15 mars 1990. Le 7 décembre 1999, une loi institue l'Agência Brasileira de Inteligência (ABIN) et le Sistema Brasileiro de Inteligência (SISBIN), un organisme chargé de centraliser les informations relatives aux menaces réelles ou potentielles qui visent les intérêts de la société brésilienne et l'État.[755]

Figure 62 : Page d'accueil du site de l'ABIN

Le site de l'ABIN est disponible en portugais, en espagnol et en anglais. C'est la version anglaise qui est analysée. Une des différences notables entre la version anglaise et la version portugaise du site est la présence d'une section « Concurso » dans laquelle l'utilisateur de langue portugaise peut trouver la publication d'éventuels postes vacants à pourvoir.

755 ABIN WEBSITE, *Brief history of the intelligence activity in Brazil*, <www.abin.gov.br/modules/mastop_publish/?tac=Atividade_de_Intelig%EAncia> (Page consultee le 31 décembre 2015) et BAUD (J.), Encyclopédie du renseignement et des services secret, Paris, Lavauzelle, 1997, p. 82-83.

Le bandeau du site est composé du logo de l' « Agência Brasileira de Inteligência », dans le coin supérieur gauche : une sphère bleue comprend cinq étoiles entourée de deux anneaux jaune et vert. L''emblème porte la mention du nom du service sur son contour, avec à nouveau la présence de plusieurs étoiles blanches, au nombre de douze, soit le nombre d'agences régionales du service. Ceci rappelle le drapeau brésilien qui est lui-même composé d'une sphère de couleur bleue étoilée et qui est également jaune et vert. Comme expliqué dans la section « Protocol and Ceremonial », les anneaux convergent à l'emplacement géographique du Brésil et cette représentation a pour vocation de traduire le dynamisme du service. Le cercle évoque la protection de la sécurité.

L'illustration du bandeau représente du monde, dans des tons bleus, sur laquelle le territoire brésilien est mis en évidence en bleu clair. Du Brésil s'étire une arabesque composée de un et de zéros, rappelant le langage binaire, qui va jusqu'à la droite du bandeau où les illustrations varient : une sphère, composée de petites illustrations, accompagnée d'une clé, des hommes et des femmes assis autour d'une table de travail, des poissons qui forment un cercle dans l'eau, des bâtiments, une femme qui tient dans sa main le logo du service, une étagère sur laquelle les livres sont rangés, etc.. L'illustration de la partie droite du header varie selon la section visitée. Un menu de navigation horizontal situé au-dessus des composantes iconographiques décrites ci-avant permet d'accéder à quatre sections : « Meet the Director-General », « Abin for Teens », « Questions » et « Ombudsman ». Un second menu vertical apparaît dans la partie gauche du bandeau : « Acesso à Informação », « Institutional Programs », « Intelligence Activity », « Press Room » et « Contact ».

La page d'accueil du site a pour fonction principale de remonter du contenu actualisé, de mettre en évidence certaines sections susceptibles d'intéresser l'utilisateur : anniversaire de création de l'institution, « Museum of Intelligence », « PNPC », actualités, explications sur la symbolique du logo, etc. Certains de ces liens aboutissent à des pages disponibles en portugais uniquement. Dans le pied de page, le destinataire a accès à différents numéros de la « Revista Brasileira de Inteligência », téléchargeables dans leur intégralité.

Dans « Meet the Director-General », le destinateur présente brièvement le chef du service dans un style qui se veut factuel avec une énonciation impersonnelle. Comme c'est le cas usuellement, le directeur-général apparaît sur une photo : en costume, le visage sérieux, le

regard dirigé vers l'utilisateur et, en second plan, le drapeau national et un drapeau sur lequel est représenté l'emblème du service.

La section « Institucional » aborde les questions relatives aux missions, aux objectifs stratégiques et aux compétences. À nouveau la tournure est fortement impersonnelle et le destinateur utilise, à l'occasion, des phrases non verbales telles que : « Coordinate the action of the Brazilian Intelligence System » ou encore « Produce and safeguard sensitive knowledge ». Le texte souligne que l'objectif du service et la protection de l'État de droit démocratique, de la société, de la souveraineté nationale et de l'efficacité de la puissance publique. L'instance énonciatrice évoque sa mission en ces termes : « ABIN […] has the duty to : plan, execute, coordinate, oversee, and control the Intelligence activity ». Enfin, elle précise qu'elle est une « agence d'État » et non une « agence gouvernementale », puisqu'elle n'a aucun lien avec le gouvernement ni avec aucun parti politique. Un lien permet d'avoir accès à la loi qui encadre les activités du service : la loi 9883/1999 du 7 décembre 1999.

Les valeurs du service ne sont exprimées de façon explicite que dans la version portugaise et ont pour fondement la constitution fédérale du Brésil, en particulier les principes contenus dans les articles 1 et 37. Ces valeurs sont donc le respect de la République, de la souveraineté, de la citoyenneté, de la dignité humaine, des valeurs sociales, du pluralisme politique et de la légalité.

« Intelligence activity » traite de l'histoire du service, depuis le début de l'activité de renseignement au Brésil en 1927. Cet historique est relativement court et relate les événements qui ont précédé la création de l'ABIN.

Comme c'est le cas sur le site de la CIA est NSA, notamment, l'ABIN propose une section destinée aux jeunes. Celle-ci reprend de façon brève les missions, la symbolique du logo et comporte une des rares interpellations du destinataire : « Did you know ? September 6 is the day dedicated to commemorate the intelligence professional ». Diverses sous-sections sont également accessibles, telles que l'histoire du renseignement : « What is Intelligence? How does it work? How did it start? What does it do? These are some frequent doubts that come up when the issue is Intelligence, often times mistaken for espionage. But before answering these questions, let's try to understand what it is ». Comme attendu, des jeux sont également proposés, mais aussi des magazines (« ABIN's young agent against the Chupa-cabras on

Marajó Island »), un programme permettant aux écoles de visiter le service et des explications quant au codage et au décodage de messages. Finalement, cette partie du site dénote fortement avec les autres quant au ton adopté qui est plus informel, plus didactique et qui tend davantage à mettre en place une réelle relation entre destinateur et destinataire : « Did you know that, since the beginning of time, man generates, but also hides knowledge? Yes, man writes, speaks, communicates through signs, but often times needs to keep secrecy on several issues, such as political matters, diplomatic liaisons, military communications, scientific production, trade, industrial and financial activities, as well as personal secrets (such as not telling your mom you broke her favorite vase or what you did yesterday and don't want your parents to know) ».

8.10.3.2. Pérou

- DINI

DINI	**Direction nationale des services de renseignement** Dirección Nacional de Inteligencia				
Pérou	• Service civil de renseignement intérieur et extérieur • Personnel estimé : inconnu		• Création officielle : 4 janvier 2006 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.dini.gob.pe	N/A	Av. Edmundo Aguilar S/N (Ex Avenida Las Palmas). Chorrillos (?)[756]	N/A	N/A	Guillermo Rosario Fajardo Cama

Le service de renseignement civil intérieur et extérieur du Pérou est la Dirección Nacional de Inteligencia. Cette agence succède au Servicio de Inteligencia Nacional (SIN) qui a été actif entre 1960 et 2000, créé dans un contexte de triomphe de la révolution cubaine et de modernisation des institutions militaires. En 2000, le SIN est dissous en même temps que d'autres organismes, suite à un scandale politique de corruption. En 2015, un scandale baptisé « Dinileaks » révèle une affaire d'espionnage dans laquelle le service péruvien aurait stocké des données concernant les propriétés, les véhicules, les entreprises mais également les dossiers

[756] Adresse de référence mentionnée sur le site Web

médicaux de plusieurs milliers de citoyens, dont des hommes politiques et des journalistes. Les activités du service ont été suspendues, en vue d'une restructuration annoncée par le gouvernement péruvien. Actuellement, la DINI doit faire rapport quant à l'utilisation de ressources spéciales et fait l'objet d'un contrôle de ses activités, suite à une nouvelle législation déposée en 2016.

Figure 63 : Page d'accueil du site de la DINI

8.10.4. Afrique

8.10.4.1. Nigéria

- NIA

NIA	**Agence nationale de renseignement** National Intelligence Agency				
Nigéria	• Service de renseignement civil extérieur • Personnel estimé : Inconnu		• Création officielle : 5 juin 1986 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.nationalintelligenceagency.gov.ng	N/A	Abuja, Nigeria	N/A	Via « Contact Us »	Ayo Oke

La National Intelligence Agency est le service de renseignement nigérien en charge du renseignement extérieur et des opérations de contre-espionnage. Cette agence a été créée en 1986, en même temps que le State Security Service (renseignement intérieur) et la Defence Intelligence Agency (renseignement militaire).

Figure 64 : Page d'accueil du site de la NIA

8.10.4.2. Afrique du Sud

- SSA

SSA	**Agence pour la sécurité de l'État** State Security Agency				
Afrique du Sud	• Service de renseignement civil intérieur, extérieur et d'interception • Personnel estimé : inconnu		• Création officielle : 2009 • Budget estimé : 4.308,3 millions de rands[757]		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.ssa.gov.za	@StateSecurityRS	Musanda Complex Delmas Road Pretoria South Africa	+27124274000	NOC@ssa.gov.za careers@ssa.gov.za	Amb. Sonto Kudjoe

La SSA est le service de renseignement d'Afrique du Sud qui regroupe depuis 2009 les anciennes agences suivantes : National Intelligence Agency (NIA), South African Secret Service (SASS), South African National Academy of Intelligence (SANAI), National Communications Centre (NCC), Office for Interception Centres (OIC) et Electronic Communications Security (Pty) Ltd (COMSEC). Ces agences constituent actuellement les différentes branches du SSA qui couvre donc aussi bien le renseignement intérieur, extérieur et les interceptions. Ce service fournit au gouvernement sud-africain des renseignements sur les menaces nationales et étrangères ou les menaces potentielles à la stabilité nationale, l'ordre constitutionnel et à la sécurité de l'État. Ces menaces recouvrent le terrorisme, le sabotage et la subversion.

[757] NATIONAL TREASURY. REPUBLIC OF SOUTH AFRICA, *Estimates of National Expenditure 2015. Abridged* version, 2015, [En ligne], Pretoria, p. 806.

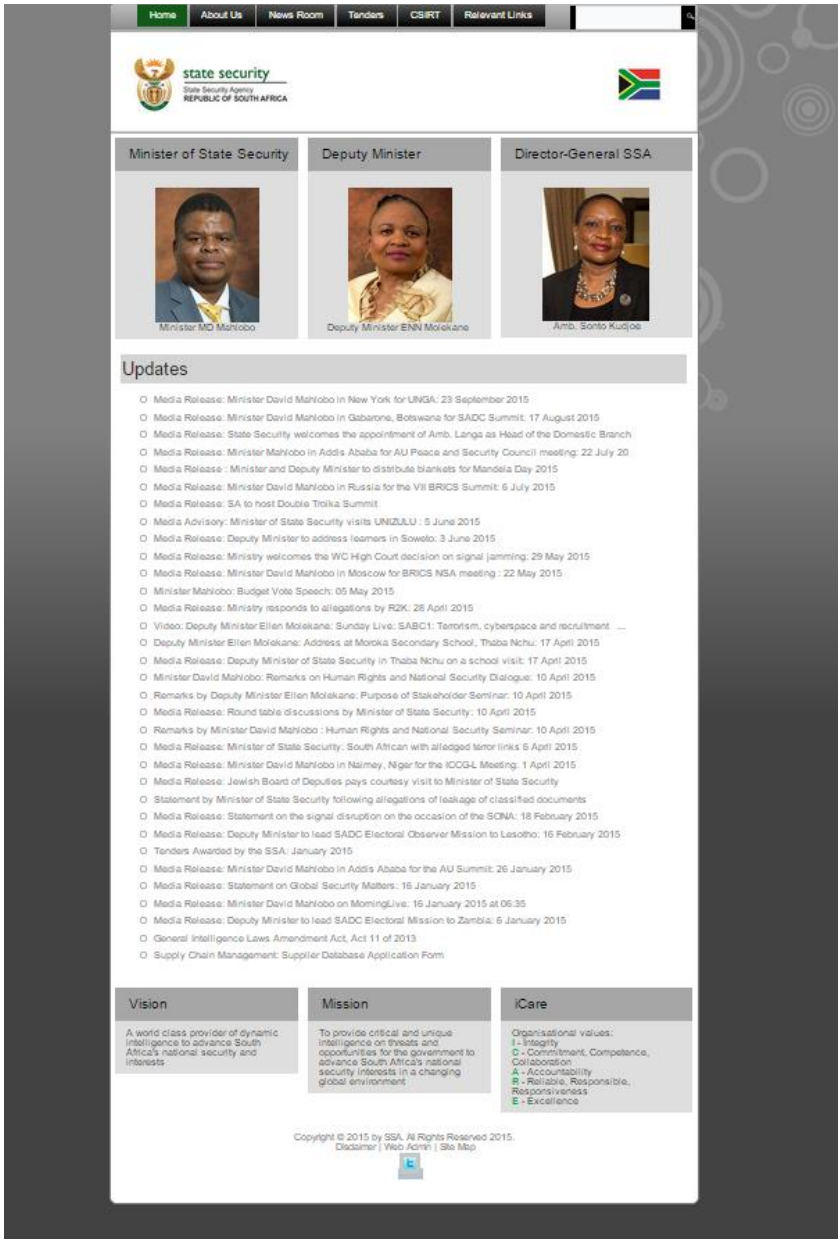

Figure 65 : Page d'accueil du site de la SSA

8.10.5. Asie et Moyen-Orient

8.10.5.1. Jordanie

- GID

GID	**Direction générale du renseignement** الـ عامة الـ مخابـ رات دائـ رة				
Royaume hachémite de Jordanie	• Service militaire de renseignement intérieur et extérieur • Personnel estimé : inconnu		• Création officielle : 1952 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.gid.gov.jo	N/A	Amman Jordanie	N/A	Web Form	General Faisal Al Shoubaki

Le GID du Royaume de Jordanie est créé en 1952 sous la dénomination de General Investigation Department. La loi 24 de 1964 établit le service sous sa dénomination actuelle et précise les fonctions de cet organisme : assurer la sécurité du Royaume hachémite de Jordanie au moyen d'opérations de renseignement menées tant sur le sol national qu'à l'étranger. Ce service, à l'instar du Mossad ou de la CIA, dispose d'une réputation d'efficacité et de professionnalisme. Il est un des services du Moyen-Orient qui collabore avec les organismes de renseignement occidentaux dans le cadre de la lutte contre le terrorisme d'origine islamique. Le GID a joué également un rôle majeur dans le maintien de la stabilité politique du pays après septembre noir (1970) et a apporté sa contribution dans la lutte contre Al-Qaïda. Le service est présent dans certaines œuvres fictionnelles, tel que dans le film *Body of Lies*, adapté du roman éponyme de David IGNATUS.

Figure 66 : Page d'accueil du site du GID

L'énonciation est impersonnelle, avec une insistance sur le nom du service. Le directeur du service, le Général Faisal Al Shoubaki, dans son mot de bienvenue, utilise la première personne du singulier : « I urge our citizens, brothers and friends to communicate with us to help us safeguard security and peace domestically and abroad ». Dans d'autres phrase, il recourt à la première personne du pluriel : « We are happy through this website to present to you GID's work philosophy ». La lettre de nomination du Directeur par le Roi et la réponse du Directeur, publiées sur le site, présentent une énonciation où le destinateur et le destinataire sont explicitement identifiés (avec utilisation de la première personne du singulier, du pluriel et la deuxième personne du pluriel).

Le service affirme vouloir favoriser la transparence, l'ouverture et la confiance. Le directeur rappelle que l'autorité émane de « Sa Majesté le Roi Abdullah II » et que le GID se conforme à sa vision et ses directives. L'énonciateur explique le cadre des actions du service de façon assez laconique et explique se conformer aux lois et à la législation en vigueur. La mise

en scène de la relation qui existe entre le Roi et le Directeur du service font émerger du discours ces deux personnages. Ainsi, le Roi affirme : « My trust in the leadership and organization of the General Intelligence is Whole. I am fully assured by your awareness, your discipline and your unsung commitment to the duty ». La relation avec l'utilisateur se cristallise principalement autour de la section « How you can help us ». Dans cette section, l'Internaute est invité à entrer en contact avec le service pour fournir des informations : « The task of preserving national security is a shared responsibility, especially since terrorist threats are indiscriminate by nature. Therefore, if you happen to have information about a potential threat to our national security, we would like to hear from you as the information you have may help us ward off the threat and ensure continued personal safety. Naturally, we would like to know how you obtained this information, some personal details and, at the same time, we guarantee the secrecy of all information you share with us ».

Le logo du service bénéficie d'une explication détaillée de sa signification dans une section dédiée. Ce logo représente un aigle (oiseau de la Jordanie qui symbolise la puissance, l'invulnérabilité et ayant autorité sur la cible) tenant un serpent (symbolise l'ennemi interne ou externe) dans ses serres sur un fond figurant un bouclier (bouclier arabo-islamique sculpté des vingt-cinq portes arabes marquant le Jour de l'Indépendance jordanienne du 25 mai et qui représente la sécurité nationale de la patrie) derrière lequel deux épées (épées arabes symbolisant l'utilisation du pouvoir contre le terrorisme, le mal et la corruption) sont croisées. Le bouclier est surmonté de la couronne royale hachémite symbolisant le système politique d'une monarchie constitutionnelle, et est encadré par deux branches d'olivier symbolisant les bras de l'unité nationale. Sous le bouclier, un ruban reprend un verset coranique dont la traduction est « dire la vérité prime » qui signifie que le service affirme représenter la vérité et cherche à combattre le mensonge.

8.10.5.2. Indonésie

- BIN

BIN	**Agence de renseignement de l'État** Badan Intelijen Negara				
Indonésie	• Service civil de renseignement intérieur et extérieur • Personnel estimé : inconnu		• Création officielle : 1946 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.bin.go.id	N/A	Jalan Seno Raya Pejaten Timur - Pasar Minggu Jakarta Selatan	N/A	Web Form	Marciano Norman

La *Badan Intelijen Negara* (BIN) est l'agence étatique indonésienne en charge du renseignement intérieur et extérieur. Ce service coordonne les opérations de renseignement entre les différentes agences du pays, met en œuvre des activités de renseignement à l'étranger et sur le sol national et se charge des activités de renseignement économique et technologique. L'agence créée en 1946 a changé de nom à de nombreuses reprises : Brani (Secret State Agency of Indonesia), BKI (Intelligence Coordinating Agency), BPI (Central Intelligence Agency), KIN (State Intelligence Commando), Bakin (State Intelligence Coordinating Agency) et BIN (State Intelligence Agency). Le service devient la BIN en 2001. À nouveau, il est intéressant de noter que la création de l'agence est quasi-simultanée à la déclaration d'indépendance du pays qui survient en 1945. Cela s'explique par le rôle du renseignement dans la sauvegarde de la souveraineté nationale et par le fait que ce type de service entre dans les fonctions régaliennes, donc nécessaires à l'existence d'un État.

Figure 67 : Page d'accueil du site de la BIN

8.10.5.3. Israël

- Mossad

« The people of Israel have been fighting for their existence for generations. We are here to preserve their survival and enhance their strength. This is the MOSSAD's main mission ». -Tamir Dean Pardo, Directeur du, Mossad[758]*-*

Mossad	**Institut pour les renseignements et les affaires spéciales** מיוחדים ולתפקידים למודיעין המוסד				
Israël	• Service civil de renseignement extérieur • Personnel estimé : 1200 à 2000[759]		• Création officielle : 13 décembre 1949 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.mossad.gov.il	YouTube[760]	Hadnar Dafna Building King Saul Boulevard Tel Aviv Israël	N/A	Web Form[761]	Tamir Dean Pardo

Le Mossad est l'un des trois services de renseignement israélien avec le Shin Bet / Shabak (sécurité intérieure) et l'Aman (renseignements militaires). Le Mossad est créé par David BEN-GURION en 1949, peu après la naissance de l'État d'Israël. Ce service est chargé du renseignement extérieur et est également un service action. Dès ses débuts, le Mossad s'est illustré dans la traque de criminels de guerre nazis. En 1960, l'ancien SS-Obersturmbannführer Adolf EICHMANN, est capturé à Buenos Aires, puis exfiltré vers Israël où il est jugé et exécuté pour sa participation active à la Shoah. L'Institut joue un rôle clé dans la lutte contre le terrorisme et la prévention des menaces qui concernent l'État israélien, tel que la collecte de renseignement concernant la prolifération d'armes de destruction massive. Dans la fiction, le service apparaît comme un service professionnel et puissant, comptant sur des agents peu nombreux mais exceptionnels et talentueux, tel que dans *Les Patriotes* (1994) d'Éric ROCHANT ou *Munich* (2005) de Steven SPIELBERG. Cette description fictionnelle du Mossad recouvre assez largement le discours du site web, « jouant sur le registre de l'exception en valorisant

[758] www.mossad.gov.il/eng/about/Pages/DirectorsWord.aspx
[759] BAUD (J.), *loc. cit.*, p. 469.
[760] www.youtube.com/user/Hamossadil
[761] www.mossad.gov.il/eng/Pages/encontactus.aspx

l'individu hors-norme, le héros anticonformiste qui écrira l'histoire de son pays »[762]. La devise du Mossad est également éclairante sur les caractéristiques discursives du site : « Where no wise direction is, the people fall, but in the multitude of counselors there is safety » (Proverbs 11,14).

Figure 68 : Page d'accueil du site du Mossad (Décembre 2011)

La dernière version du site a considérablement gagné en unicité : le menu de navigation de couleur foncée est présenté de manière verticale sur chacune des pages, à droite dans la version hébraïque et à gauche dans la version en anglais. La page d'accueil de la version anglaise comporte une illustration de la vieille ville de Jérusalem au-dessus de laquelle figure un ciel étoilé sur lequel se déploie une carte du monde en filigrane. L'aspect graphique du site a donc beaucoup changé, mais celui-ci n'a pas forcément gagné en sobriété. Sur cette même page d'accueil, l'utilisateur trouve un nuage de mots et un carrousel, accompagnés d'une citation : « Soudain, je me retrouve à faire des choses que vous ne voyez peut-être que dans les films », dans la version en hébreu et « This is my secret - always and forever », pour la version anglaise.

La version originale du site offre la possibilité de visionner une vidéo en hébreu qui présente de façon succincte le service, via la page YouTube du Mossad. Les autres éléments du

[762] HARE (I.) et TOUBOUL (A.), *Communiquer sur le secret*, dans *Hermès. La Revue*, numéro spécial : *Le renseignement, un monde fermé dans une société ouverte*, n°76, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 128.

carrousel ne sont qu'une succession d'illustrations accompagnée de citations. Des silhouettes d'hommes et de femmes en tenue de travail, costume pour les hommes et tailleurs pour les femmes, côtoient antennes satellites, voies de chemin de fer, panneaux solaires, etc. C'est donc une iconographie assez courante de ce type de site que montre la page d'accueil du site web du Mossad.

Dans la section « About », c'est le directeur du service qui accueille l'internaute avec un discours de bienvenue qui présente une tournure majoritairement impersonnelle où la formule « the MOSSAD » (en majuscule dans le texte) est martelée tout au long des lignes. Ce texte est accompagné d'une photo du directeur, en costume, le regard fixé dans les yeux du destinataire, sérieux. Il annonce brièvement les différentes missions du service qui sont la lutte contre la prolifération et le terrorisme, et le soutien à l'armée israélienne. Il énonce brièvement les moyens mis en œuvre, tout en rappelant l'impératif de secret et d'anonymat : une technologie sophistiquée et les employés du Mossad. Le directeur s'adresse à l'utilisateur de façon personnelle lorsqu'il aborde la question des valeurs du service : « From the very first day that I began my service in the MOSSAD in 1980, I have met the most worthy and unique people, of sound values, who strive to achieve the MOSSAD's goals with creativity, determination, devotion and courage ». Enfin, il affirme que le Mossad a une « longue et glorieuse histoire d'opérations audacieuses et téméraires » et que c'est pour une bonne raison que le « Mossad est considéré comme une des meilleures agences de renseignement au monde ». En fond, figure le drapeau israélien en transparence sur un paysage qui semble s'identifier au Sinaï.

Dans « About us », le destinateur relate l'histoire du Mossad en parallèle aux événements qui ont présidé à la création de l'État d'Israël. Le texte de la lettre à l'origine de la création du Mossad, déclassifiée, rédigée par David BEN GURION, est produit à la fin de cette section. L'instance énonciatrice aborde également les activités du service qui sont principalement la collecte de renseignements sur base des besoins de l'État par divers moyens, tels que le renseignement humain et le SIGINT. Il y est également précisé : « The routine activity is not exposed publicly, for understandable reasons ». Les activités mentionnées par l'énonciateur recouvrent les relations avec les services de renseignement d'autres pays, l'établissement de relations secrètes avec les pays qui évitent le contact avec Israël, les

opérations et les activités spéciales (comme la poursuite de criminels nazis[763]), sauver les Juifs de pays en difficulté et de les amener à Israël (comme l'opération Moïse[764]), ou encore la guerre contre la terreur dirigée contre des cibles juives et israéliennes à l'étranger.

La section intitulée « History » présente les dix portraits des directeurs successifs du Mossad accompagnés des dates de début et de fin à ce poste. En cliquant dessus, l'internaute a accès à une brève notice biographique de chacun d'entre eux. Le fond comporte un montage en noir et blanc de différentes images d'hommes et de femmes, d'écriture hébraïque, de schémas, de passeport, qui font penser à des images et des documents d'archives. À côté des notices consacrées aux différents directeurs historiques du service, des expositions sont brièvement présentées.

Les valeurs sont exprimées majoritairement à la première personne du pluriel : « We who serve in the Mossad share the belief that service in the organization is a national mission. We perform this mission identifying with the values of the nation and statehood and with the goals of the Mossad ». Le destinataire liste comme principes d'importances : la justice, l'intégrité, la moralité, la simplicité, la fiabilité et la responsabilité personnelle, la discipline et le secret, l'excellence, le dévouement, l'initiative, la créativité, l'ingéniosité, la vaillance, l'ouverture à la critique et l'esprit d'équipe. Enfin, le Mossad encourage de « prêcher par l'exemple et de servir de source d'inspiration ».

Le logo est également expliqué, ainsi que la devise du service « Where no wise direction is, the people fall, but in the multitude of counselors there is safety », issue du Livre des Proverbes. La section « Careers » permet d'introduire une candidature en ligne, via un CV interactif et de télécharger un certain nombre de documents utiles.

[763] Le Mossad a permis la capture du criminel nazi Adolf EICHMANN en 1960.
[764] Cette opération avait pour but d'amener les juifs d'Éthiopie en Israël.

Figure 69 : Page d'accueil du site du Mossad (Octobre 2015)

- Shabak

SHABAK (ISA)	**Service de sécurité intérieure israélien** הכללי הביטחון שירות				
Israël	• Service civil et militaire de renseignement intérieur • Personnel estimé : Entre 3000 et 7000	• Création officielle : 11 mars 1949 • Budget estimé : inconnu			
Site web	**Médias sociaux**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.shabak.gov.il	N/A	Shabak HQ Tel Aviv-Jaffa Israël	+972 (0)36109898	pmo.heb@it.pmo.gov.il	Nadav Argaman ,

Le service de renseignement intérieur et de sécurité d'Israël est le *Shabak*, parfois appelé *Shin Bet*[765]. La devise du service, affichée sur le site internet est « Le Défenseur qui ne doit être vu ». En 1948, le service de renseignement israélien *Shai* est dissous et devient une communauté de services de renseignement incluant le *Mahatz*, un service de renseignement interne. En 1949, une nouvelle agence de renseignement est officiellement créée : *l'Israël Security Agency*. Cette dernière a alors comme prérogatives le renseignement militaire, le

[765] Voir au sujet de ce service le documentaire de Dror MOREH, *The Gatekeepers* (2012).

contre-espionnage, la sécurité de l'État, les organisations secrètes, etc. C'est l'ancien directeur du *Mahatz* qui dirige le *Shin Bet* à sa création officielle : Isser HAREL. En 1950, le service reçoit la prérogative de collecter les informations sur les menaces à la sécurité de l'État en Israël, dans les missions diplomatiques, et dans les institutions étrangères et internationales. Le *Shin Bet* est actif durant la campagne du Sinaï (1956), lutte contre l'espionnage d'Europe de l'Est pendant la guerre froide, lutte contre le terrorisme palestinien, a participé à l'opération « Bouclier Défensif » (2002), etc. De nos jours, l'agence est très active dans le cadre de la lutte contre le terrorisme, le contre-espionnage, ou encore la contre-subversion.

Figure 70 : Page d'accueil du site du Shabak

Le site présente une différence de contenu selon la langue. Ainsi, seule la version en hébreu permet d'accéder à la section consacrée au recrutement. Les publics sont les citoyens israéliens et les internautes de langue anglaise ou arabe. Le discours est centré sur les informations liées à la menace terroriste, au Hamas et aux attaques diverses. Les données sont très précises. Il y a peu de relations avec l'utilisateur, voire aucune dans la version anglaise du site. Le but est de fournir une information utile et précise à l'utilisateur quant aux attaques terroristes et aux menaces. Le discours reposant sur un ensemble de données chiffrées et une argumentation qui se veut objective (logos). La dimension du discours qui est de l'ordre du pathos est le rappel de la vocation de défenseur de l'État d'Israël (bannière au vent et devise qui place le service comme un défenseur invisible de la nation).

Les photos constituent des ritournelles de ce type de contenu : personnes marchant dans la rue vus de dos et flous, terroristes avec des cagoules sur la tête, hommes qui regardent à travers des jumelles, courbure du globe terrestre avec un satellite, drapeau israélien, diverses photos de bâtiments anciennement occupés par l'organisme, photos en noir et blanc dans la section historique (Adolph EICHMANN) ou photos d'aspect ancien qui ont un intérêt documentaire, photos des anciens directeurs du service, chacune avec des caractéristiques d'époque, etc.

8.10.5.4. Russie

> *« […] Quand en 1991 l'Union soviétique s'est effondrée, le mythe de la grandeur du KGB ne s'est pas évaporé pour autant. »*
> *-Andreï Soldatov & Irina Borogan*[766]-

- FSB

FSB ФСБ	**Service fédéral de sécurité de la Fédération de Russie** Федеральная служба безопасности Российской Федерации				
Fédération de Russie	• Service civil intérieur et de sécurité • Personnel estimé 200000 à 300000		• Création officielle : 12 avril 1995 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Social media**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.fsb.ru	N/A	Rue Bolshaya Lubianka, 1/3 107031 Moscou Russie	(495) 224-2222	fsb@fsb.ru	Aleksandr Bortnikov

Le FSB emploie environ 200000 personnes selon les estimations les plus basses, 300000 selon d'autres estimations (dont environ 190000 gardes-frontières). Jamais ses effectifs ni son budget n'ont été rendus publics.[767] Le service, actuellement dirigé par Alexandre BORTNIKOV, est directement issu du deuxième directorat du KGB chargé du renseignement intérieur. Créé en 1991, il s'appelle d'abord FSK avant de changer de nom en 1995[768]. Sa structure actuelle a été fixée par décret présidentiel, sous Vladimir Poutine, en 2004. Étant donné l'importance de ses effectifs et ses connections très étendues à différents niveau du pouvoir, nombre de

[766] SOLDATOV (A.) et BOROGAN (I.), *op. cit.*, p. 24.
[767] *Ibid.*, p. 11.
[768] *Ibid.*, p. 31 ; KOZOVOĬ (A.), *op. cit.*, p. 304.

spécialistes estiment que « depuis la nomination de Vladimir Poutine comme Premier ministre (août 1999), puis son élection à la présidence, c'est, en quelque sorte, le FSB (ex-KGB) qui gouverne la Russie par personne interposée »[769]. Le FSB est placé sous l'autorité du ministre de l'Intérieur, mais peut mener des actions en dehors de Russie selon la loi, lorsqu'il y a atteinte à la sûreté de l'État. Selon les estimations de certains spécialistes, son budget n'aurait cessé de croître au cours des dernières années et ce service est auréolé de prestige, ses officiers étant souvent dépeints, dans des séries télévisées et des films, comme des héros défendant la Russie. Cependant, l'implication avérée ou supposée de certains de ses membres ou anciens cadres dans des scandales de corruption ou de liens suspectés avec la mafia ont contribué à ternir l'image du FSB auprès de la population.[770]

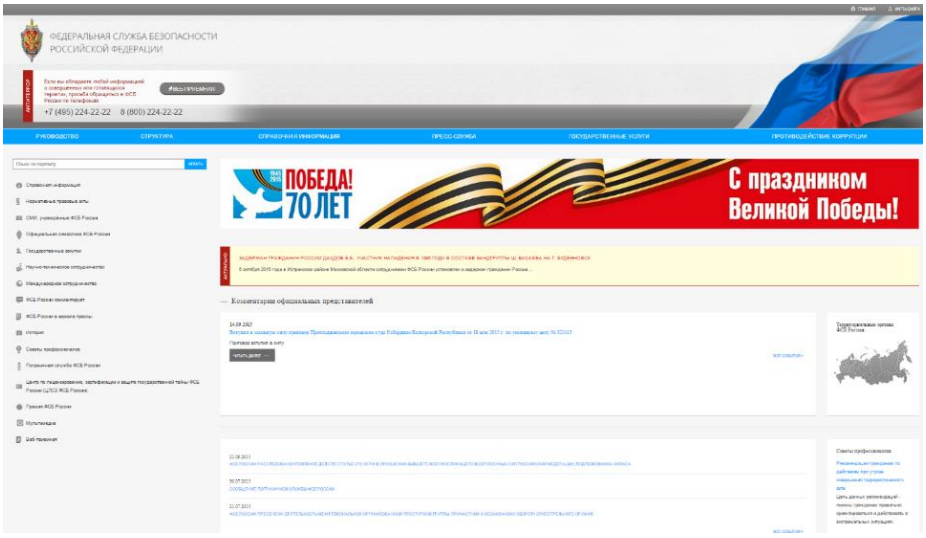

Figure 71 : Page d'accueil du site du FSB

Le site se veut à la fois « moderne » et respectueux de l'histoire du pays. La présence du drapeau national et du ruban orange-noir symbolisant la victoire de la deuxième guerre mondiale fait le lien entre le passé et le présent dès la page d'accueil. Il semble qu'il y ait une volonté d'utiliser le site pour la prévention du terrorisme en donnant la possibilité d'un contact direct. Ceci peut également servir à projeter une image de travail en cours qui est efficace et

[769] BLANC (H.), *T comme Tchétchénie*, Montreuil, Gingko, 2005, p. 103, cité par VERLUISE (P.), *Russie postsoviétique*, dans *Outre-Terre*, n°19, Paris, Glyphe, [En ligne], 2007, p. 31.
[770] DENÉCÉ (E.), *Renseignement et contre-espionnage. Actions clandestines, technologies, services secrets*, Paris, Hachette Pratique, 2008, p. 217-218.

implique les citoyens. Beaucoup d'outils numériques sont présents sur le site, notamment des vidéos parmi lesquelles certaines qui sont adressées aux enfants. Le ton d'énonciation est impersonnel, ce que ne vise pas à créer de relation mais plutôt une distance respectueuse.

- SVR

> *« Notre service a été héroïque et est, à juste titre, considéré comme l'un des meilleurs services de renseignement dans le monde. »*
> *-Site du SVR*[771]*-*

SVR СБР	**Service des renseignements extérieurs de la Fédération de Russie** Служба внешней разведки Российской Федерации				
Fédération de Russie	• Service civil extérieur • Personnel estimé 13000 à 15000		• Création officielle : 18 décembre 1991 • Budget estimé : inconnu		
Site web	**Social media**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
svr.gov.ru	N/A	Iassenevo Moscou Russie	(499) 245-3368 (499) 255-7938	svr@gov.ru	Mikhaïl Fradkov

Le SVR a été créé le 18 décembre 1991[772] et est directement placé sous l'autorité du Président. Son directeur actuel est Mikhaïl Iefimovitch FRADKOV[773]. Le service est héritier du Premier directorat du KGB et est en charge des activités liées au renseignement extérieur. Ses effectifs sont estimés à environ 15000 personnes et ses capacités en matière de renseignement sont comparables à celles de l'ex-Premier directorat du KGB. Le service effectue des missions de collecte et d'analyse de renseignement, notamment par le biais de ses « résidences »[774] situées à l'étranger. Par ailleurs, le service dispose d'un bureau en charge des relations publiques[775].

[771] Traduit du russe : « Наша Служба прошла героический боевой путь и заслуженно считается одной из лучших разведок мира ».
[772] KOZOVOÏ (A.), *op. cit.*, p. 301.
[773] CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY, *Chiefs of State and Cabinet Members of Foreign Governments*, 25 juin 2013, [En ligne], <https://www.cia.gov/library/publications/world-leaders-1/world-leaders-r/russia.html (Page consultée le 31 août 2013).
[774] Du russe « резидентура » : « organisation de renseignement au sein d'une ambassade » (BAUD (J.), *Encyclopédie du renseignement et des services secret*, Paris, Lavauzelle, 1997, p. 586).
[775] DENÉCÉ (E.), *Renseignement et contre-espionnage. Actions clandestines, technologies, services secrets*, Paris, Hachette Pratique, 2008, p. 215-216.

Figure 72 : Page d'accueil du site du SVR

Le site du SVR présente une volonté de continuité historique et une fierté patriotique pour le passé du service. Il est possible d'y trouver un nouvel article chaque jour sur les personnes qui ont travaillé dans le service. Le texte est très majoritaire et l'aspect désuet du design du site n'incite pas à la lecture. L'impression qui se dégage est que le site essaye d'instaurer avec le lecteur une relation didactique visant à lui enseigner l'histoire et les expériences passées du service, tout en maintenant une distance polie. En résumé, tout dans ce site renvoie au passé : du contenu, au design.

8.10.5.5. Corée du Sud

- NIS

NIS	Service de renseignements national 대한민국 국가정보원				
Corée du Sud	Service civil intérieur et extérieur Personnel estimé : 60.000 (1998)		Création officielle : 13 juin 1961 Budget estimé : 700 à 800 milliards de Won sud-coréens		
Site web	**Social media**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
nis.go.kr	N/A	Naegok-dong Seoul	N/A	N/A	Lee byung-Ho

Le NIS est le service de renseignement intérieur et extérieur de Corée du Sud. L'agence existe depuis 1961, année qui voit sa création en tant que *Korea Central Intelligence Agency*. En 1979, les services de renseignement coréens, dont le PSS (Presidential Security Service), sont impliqués dans l'assassinat du dictateur Park CHUNG-HEE. Cet évènement cause une restructuration des services de renseignement et une limitation des prérogatives du PSS (qui seront élargies au fil des ans). En 1981, le nom de l'agence est changé pour *Agency for National Security Planning* et adopte son nom actuel en 1999.[776]

Figure 73 : Page d'accueil du site du NIS

[776] BAUD (J.), *op. cit.*, p. 176-177.

La relation entre énonciataire et énonciateur est inexistante dans la version anglaise du site. L'unique relation tient au dispositif médiatique qui suppose implicitement une interaction de l'utilisateur : mise à disposition d'information - consultation d'information. Mais, cette relation n'existe qu'entre le dispositif et le destinataire, pas réellement avec le destinateur. La version en coréen semble davantage créer de relations avec l'utilisateur, mais faute de moyens de traduction décents, l'analyse n'a pas permis de les détailler.

8.10.6. Océanie

8.10.6.1. Australie

- ASIS

ASIS	**Service de renseignement secret australien** Australian Secret Intelligence Service				
Australie	Service civil extérieur Personnel estimé : inconnu		Création officielle : 13 mai 1952 Budget estimé : 468,5 millions de dollars australiens (2016-2017)		
Site web	**Social media**	**Siège central**	**Téléphone**	**Mail**	**Directeur**
www.asis.gov.au	N/A	Locked Bag 41 Kingston ACT 2604 Canberra Australie	(02)62613100 (02)62611849 (02)62619907	N/A	Nick Warner

L'*Australian Secret Intelligence Service* est le service de renseignement extérieur d'Australie. Le service est créé en 1952 et son existence n'est rendue publique qu'en 1977. L'agence se compare elle-même, sur son site, au MI6 et à la CIA. En effet, l'ASIS a comme prérogative la collecte de renseignement à l'étranger, mais aussi le contre-espionnage et la coopération avec les services de renseignement d'autres pays. Ce service est également un service action comme en témoigne la législation australienne qui lui confère l'opportunité de conduire des opérations spéciales hors du territoire national, lorsque c'est nécessaire.

Figure 74 : Page d'accueil du site de l'ASIS

Achevé d'imprimer en février 2018
par Ciaco Imprimerie, Louvain-la-Neuve – http://www.ciaco.com
N° d'impression : 96321
Imprimé en Belgique

Imprimé sur du papier ayant reçu le label écologique de l'UE
EU Ecolabel : PT/11/002